

NTTドコモグループ

# CSR 報告書 2009



# 人と人、人と社会の絆をふかめ、 新しい明日への扉をひらきます。

いつでも、どこでも、人と人をつなぎ、人と明日をつないでいくこと。  
それが、リレーションサービスカンパニーを目指す私たちドコモの使命です。  
一人ひとりのお客さまや社会の声に耳を傾けながら、  
未来に向けてイノベーションを起こし、豊かで快適な暮らし・文化を創造します。  
さらに、地球環境の保全と社会的課題の解決に取り組み、  
持続可能な社会の発展に貢献します。

## 一人ひとりに

どなたにも使いやすく、  
快適なサービスをご利用いただけるよう  
配慮の行き届いた対応を目指します。

## 安定した品質で

どこにいても、どんな時にも  
安定した通信品質を提供し、  
災害などの非常時においても、  
ライフラインとしての機能を果たします。

豊かで  
快適な暮らし・  
文化の創造へ

## 安心・安全を実現して

通信の利用に関する社会的な課題の解決や、  
情報セキュリティの確保に真摯に取り組みます。

## 地球環境を守りながら

事業活動の各プロセスにおいて環境負荷を低減し、  
お客さまとともに地球環境の保全に努めます。

※ NTTドコモCSRメッセージはNTTグループのCSR憲章を踏まえたものです。

## 会社概要

社名	株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ (NTTドコモ)
所在地	〒100-6150 東京都千代田区永田町2丁目11番1号 山王パークタワー
資本金	9,496億7,950万円 (2009年3月31日現在)
社員数(連結)	21,831名 (2009年3月31日現在)
主な事業内容	携帯電話事業を主な事業とし、その主要な営業種目は下記の通りです。

事業セグメント	営業種目
携帯電話事業	携帯電話 (FOMA) サービス、携帯電話 (movi) サービス、パケット通信サービス、 国際電話サービス、衛星電話サービス、各サービスの端末機器販売など
その他事業	クレジットビジネス、無線LANサービス、IP電話サービスなど

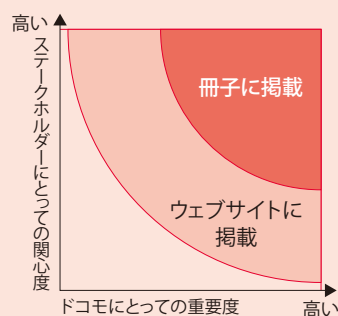
(2009年3月31日現在)

## 編集方針

ドコモでは、ステークホルダーの皆様との対話を深めるために、CSR(Corporate Social Responsibility:企業の社会的責任)の考えや取組みをまとめた「CSR報告書」を毎年発行し、報告内容の充実を図ってきました。

この2009年版報告書の作成にあたっては、ドコモグループのCSRに関するさまざまな取組みを網羅的にリストアップした上で、「ドコモにとっての重要度」と「ステークホルダーにとっての関心度」の観点や、取組みの進捗度合いなどから重みづけし、報告項目を確定しました。ウェブサイトは、全体がわかる詳細な情報を、冊子へは、とくに重要と思われる情報を掲載しました。

また、ウェブサイト・冊子とも、「一人ひとりに」「安定した品質で」「安心・安全を実現して」「地球環境を守りながら」という「NTTドコモCSRメッセージ」に沿った章立てにするとともに、各章の冒頭にそれぞれ重点課題として取り組んでいる「らくらくホンの開発・販売」「エリアメールの提供」「子どもの安全確保」「携帯電話のリサイクル推進」についての特集コーナーを設けました。



CSR報告書ウェブサイト

 <http://www.nttdocomo.co.jp/corporate/csr/report/>

### 報告対象期間

原則として、2008年度(2008年4月1日～2009年3月31日)を対象としていますが、一部は2008年度以前・以降の報告を含んでいます。

### 報告対象組織

原則として、ドコモグループ((株)NTTドコモおよび機能分担子会社26社)を対象としています。

「ドコモ」はドコモグループを表しています。「連結」は、(株)NTTドコモ、機能分担子会社26社、その他の子会社を表しています。この原則と異なる場合は対象企業を明示しています。

### 機能分担子会社26社(2009年7月1日現在)

ドコモ・サービス(株)、ドコモエンジニアリング(株)、ドコモ・モバイル(株)、ドコモ・サポート(株)、ドコモ・システムズ(株)、ドコモ・ビジネスネット(株)、ドコモ・テクノロジー(株)、ドコモサービス北海道(株)、ドコモエンジニアリング北海道(株)、ドコモサービス東北(株)、ドコモエンジニアリング東北(株)、ドコモサービス東海(株)、ドコモエンジニアリング東海(株)、ドコモモバイル東海(株)、ドコモサービス北陸(株)、ドコモエンジニアリング北陸(株)、ドコモ・サービス関西(株)、ドコモ・エンジニアリング関西(株)、ドコモ・モバイルメディア関西(株)、ドコモサービス中国(株)、ドコモエンジニアリング中国(株)、ドコモサービス四国(株)、ドコモエンジニアリング四国(株)、ドコモサービス九州(株)、ドコモエンジニアリング九州(株)、ドコモアイ九州(株)

### 発行時期

2009年9月(参考:前回発行2008年9月、次回発行予定2010年9月)

### 参考にしたガイドライン

- GRI(Global Reporting Initiative)  
「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン第3版(G3)」
- 環境省「環境報告ガイドライン 2007年版」

## 目次

トップコミットメント	3
ドコモのCSR① 考え方と体制	5
ドコモのCSR② ステークホルダーとの関わり	7

## 一人ひとりに

### 特集

「らくらくホン」の開発・販売	9
お客様満足の追求	11
ユニバーサルデザインの推進	13

## 安定した品質で

### 特集

「エリアメール」の提供	15
安定した通信品質の提供	17
製品安全の確保	19

## 安心・安全を実現して

### 特集

子どもの安全確保	21
社会的影響への配慮	23
安心・安全につながる新しい取組み	25

## 地球環境を守りながら

### 特集

携帯電話のリサイクル推進	27
環境マネジメント	29
環境目標	31
事業活動にともなう環境影響	32
設備の環境負荷低減	33
お客様とともに進める環境活動	35

社会貢献活動	37
ともに働く人々のために	38
経営体制	43
第三者意見	45
業績概況	46

## CSRを経営の根幹に据え、 豊かで安心な社会の実現に貢献します



### 新ドコモ宣言

1. ブランドを磨きなおし、お客さまとの絆を深めます。
2. お客さまの声をしっかり受け止め、その期待を上回る会社になります。
3. イノベーションを起こし続け、世界から高い評価を得られる企業を目指します。
4. 活き活きとした人材で溢れ、同じ夢に向かってチャレンジし続ける集団となります。

### 豊かな社会の実現とその発展への貢献をめざして

ドコモグループ(以下ドコモ)は、2008年4月、新しいビジョン「新ドコモ宣言」を打ち出し、10月には中長期的な経営戦略として、「新たな成長を目指したドコモの変革とチャレンジ(以下、「変革とチャレンジ」)」を策定しました。ドコモは、お客様満足度の向上を「新ドコモ宣言」の柱に据え、「変革とチャレンジ」を実行し、すべての人々が豊かで暮らしやすい安心・安全な社会の実現と、その持続的な発展に貢献する企業をめざしています。これは、ドコモのCSRメッセージ「人と人、人と社会の絆をふかめ、新しい明日への扉をひらきます。」が意味するところと同義です。「変革とチャレンジ」の重要な柱として「CSRの推進」を掲げており、これは、CSRを経営の根幹に据えるという宣言にほかなりません。

こうした考えのもと、2008年度も引き続き「地球環境保全への取組み」「ユニバーサルデザインの推進」「安心・安全なモバイル社会の実現」「災害発生時の多様な対応」をCSRの重点分野として積極的に進めてまいりました。

### ICTサービスを柱に地球温暖化の防止に貢献

地球環境問題、なかでも地球温暖化は、社会全体の課題であり、ドコモも重要な経営課題としてその防止に力を注いでいます。

その大きな柱が、ICT(情報通信技術)を活用したサービスによって社会全体の温暖化防止に貢献することです。例えば、ICTを用いたコミュニケーションは、人やモノの移動を減らし、温室効果ガスを大きく削減することができます。ドコモは、2010年度に環境貢献量※1を530万t-CO<sub>2</sub>とする目標を定めており、その達成に向けて、今後こうしたICTサービスの開発にいっそう力を注いでまいります。

一方で、ICTサービスを提供するための装置の増設にともなって、消費電力量が増加しているという側面もあります。これに対応するため、設備の省エネ化を進めてきましたが、最新の空調設備や給電システムを組み合わせることでデータセンターの大幅な省エネ化をめざす実用化検証も始めています。

また、資源の有効活用という観点では、ご不要となった携帯電話や電池パックをドコモショップなどで回収し、リサイクル



する取組みを進めています。お客様のご協力のもと、2008年度末までに累計約6,878万台の使用済み携帯電話を回収しました。

森林整備を通じて、自然とふれあいながら環境保護やボランティアに対する意識を高めてもらうことを目的に始めた社員やその家族による自然保護活動「ドコモの森」づくりは、2008年度末までに全国で累計43ヶ所で展開しています。2009年度中には全都道府県に広げていく予定です。

※1 環境貢献量：「ICTサービスで削減されるCO<sub>2</sub>量」－「ICTサービスの提供で排出されるCO<sub>2</sub>量」のことです。

## 安心して使える携帯電話、 携帯電話を安心して使える社会

一人ひとりのお客様に、安心して使いやすい製品やサービスを提供することは、ドコモの最も重要な社会的責任の一つです。

そうした認識のもと、店舗や携帯電話にユニバーサルデザインを採り入れる活動「ドコモ・ハーティスタイル」を推進しており、2008年度は既設のドコモショップ149店舗で入口のバリアフリー化、車いすで利用できるトイレ・障がい者用駐車スペースの設置などを進めました。

あわせて、多様なお客様が安心して使える携帯電話の開発・販売にも引き続き取り組んでおり、「らくらくホン シリーズ」の累計販売台数は2009年3月に1,500万台を超えました。

また、携帯電話を通じた有害サイトへのアクセスやトラブルの増加に対しては、より積極的に対応していくことが求められています。ドコモは、これまで有害サイトなどへのアクセスを制限する「アクセス制限サービス(フィルタリングサービス)」を提供してきましたが、2009年1月からは付加機能として、お客様の意向に合わせて個別に閲覧の可否を設定できる「アクセス制限カスタマイズ」の提供を開始しました。あわせて、4月の「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」の施行にともない、お客様に「アクセス制限サービス」のご利用をあらためて勧奨し、さらなる普及促進に取り組んでいます。

さらに、携帯電話を使うさいのマナーやトラブルへの対処方法を啓発する「ケータイ安全教室」も継続しており、2008年度は約4,600回実施しました。2009年度は、小学生・中学生・高校生向けおよび教員・PTA向けなど、合計で約6,000回の開催を予定しているほか、全国の小中学校に映像教材を配布する予定です。また、2009年4月から振り込め詐欺対策などを盛り込んだシニア向けの「ケータイ安全教室」を新たに開始しております。

## 災害発生時に信頼される存在であり続けるために

災害発生時に、被災者からもインフラ復旧に携わる方々からも、強く求められるのが携帯電話です。緊急速報「エリアメール」や「iモード災害用伝言板サービス」は、災害時の大切な情報提供手段となっていますが、こうした緊急サービスや緊急時対応には平常時からの備えが重要です。そこで、非常時に備えて、システムとしての信頼性向上、重要通信の確保、通信サービスの早期復旧を柱とする「災害対策の3原則」を定めて、災害に強いネットワークの設計・運用に努めているほか、移動基地局車や移動電源車の配備にも力を入れています。

また、2009年度末までに衛星エントランス搭載の移動基地局車を新たに5台増やし、全国の拠点に9台配置する計画です。

## 多様なステークホルダーとの連携を通じて

日本国内の携帯電話の契約数は2009年3月末現在で約1億750万契約となっており、社会への影響力は非常に大きくなっています。ドコモは、今後も携帯電話業界のリーディングカンパニーとして、社会的な課題の解決に先進的・中心的に取り組んでまいります。新しい試みとして、モバイル通信インフラから日々発生するペタ(10の15乗)クラスの膨大な運用データから人口の分布や人口の変化といった人口動態をつくり出し、都市計画や防災計画、交通計画などのさまざまな公共分野のよりよい計画づくりを支援し、環境にやさしい便利で安心・安全な社会の実現に貢献していきたいと考えています。

こうした新しい構想を実現し、持続可能な社会づくりに貢献していくためには、お客様をはじめ、ビジネスパートナー、同業他社、業界団体、関係省庁や行政、そして社員といったさまざまなステークホルダーと連携を図りながら、信頼関係を構築していく必要があります。ドコモは、今後もさまざまなステークホルダーの皆様と対話をしながら、着実に取組みを進めてまいります。

2009年9月

代表取締役社長

山田 隆持

# 「NTTドコモCSRメッセージ」に基づき、 ドコモらしいCSRを果たしていきます



社会環境推進部長 中村 克央

### 「NTTドコモCSRメッセージ」を定め、 ドコモの活動の方向性を明確にしました

いま、社会から何が求められ、何をなすべきなのかを的確に把握して行動していくことが、ドコモにおけるCSRの基本であると考えています。

こうした考えのもとに、「リレーションサービスカンパニー」として果たすべきCSRの方向性を体系的に示すために、2008年4月、「NTTドコモCSRメッセージ」を決めました。これは、2008年7月にドコモと地域会社8社が合併することを踏まえ、グループの全社員が社会への責任を果たし、企業理念や「新ドコモ宣言」を具現化していくための指針として策定したものです。

また同時に、これは、さまざまなステークホルダーの皆様に、CSRに対するドコモの姿勢をご理解いただくためのステイトメントでもあります。

携帯電話事業者として、「いつでも、どこでも、人と人をつなぎ、人と明日をつないでいくこと」という使命を常に意識

### 「NTTドコモCSRメッセージ」の位置づけ



し、ステークホルダーの皆様一人ひとりの声に耳を傾けながら、社会が抱えるさまざまな課題に向き合い、事業を通じてそれらの解決に取り組んでいきます。

## 「6つの領域」を設定して、ステークホルダーの声や要請にお応えしています

ドコモは、2005年の「CSR推進委員会」の発足に合わせて、「地球環境保全への取り組み」「ユニバーサルデザインの推進」「安心・安全なモバイル社会の実現」「災害発生時の多様な対応」を4つの重点課題として、CSR活動を推進してきました。しかし、それから3年が経ち、社会の変化やグループ内の再編などにもともなって、取り組むべき課題も変化・多様化してきています。

そこで、「NTTドコモCSRメッセージ」の策定に合わせて、より網羅的に、より目配りの利いたCSR活動を推進していくために、「6つの領域」を設定しました。

「6つの領域」とは、「お客様」「社会」「環境」「経営」「社員」「取引先」のことで、ステークホルダーの皆様とドコモの関係性を強く意識した枠組みとしました。これらの領域ごとに活動テーマを整理し、それぞれに目標を立て、PDCAサイクルを回しています。

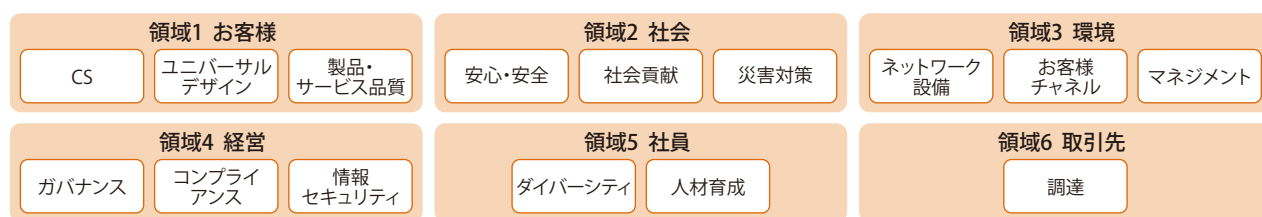
## グループ全体で取り組みを推進する体制を構築しています

ドコモでは、2005年度から毎年、「CSR推進委員会」を開催しており、2008年度は、地域会社との合併に合わせたCSR推進体制の強化として、全国の支社長をメンバーに加え、全国の各支社・支店との取り組みフォーメーションを確立しました。

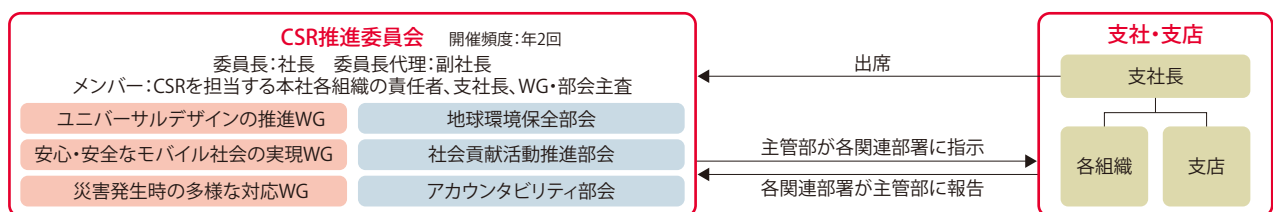
代表取締役社長を委員長とする「CSR推進委員会」で重要課題に対する取り組みの指針を定めるとともに、各組織の取り組み状況を確認することで、計画的・継続的に取り組みのレベルアップを図っています。2008年度は、同委員会において、社会的要請が高まっている「CSR調達」や「フィルタリングサービスの普及促進」などについて討議しました。なお、数ある課題のなかでもステークホルダーの皆様の声や要請が多く、とくに注力して取り組むべき課題については「重点課題ワーキンググループ(WG)」と「部会」を設置して全社的な取り組みを推進しています。

今後も、CSR推進体制を充実させながら、重点課題への取り組みをいっそう強化していきます。

### CSRの「6つの領域」



### 全国推進体制



**WEB** ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- CSRに関する目標と実績（2008年度の目標、主な実績、達成度、ならびに2009年度の目標を記載）

# ステークホルダーの皆様の声に耳を傾け、活動の改善・向上に取り組んでいます

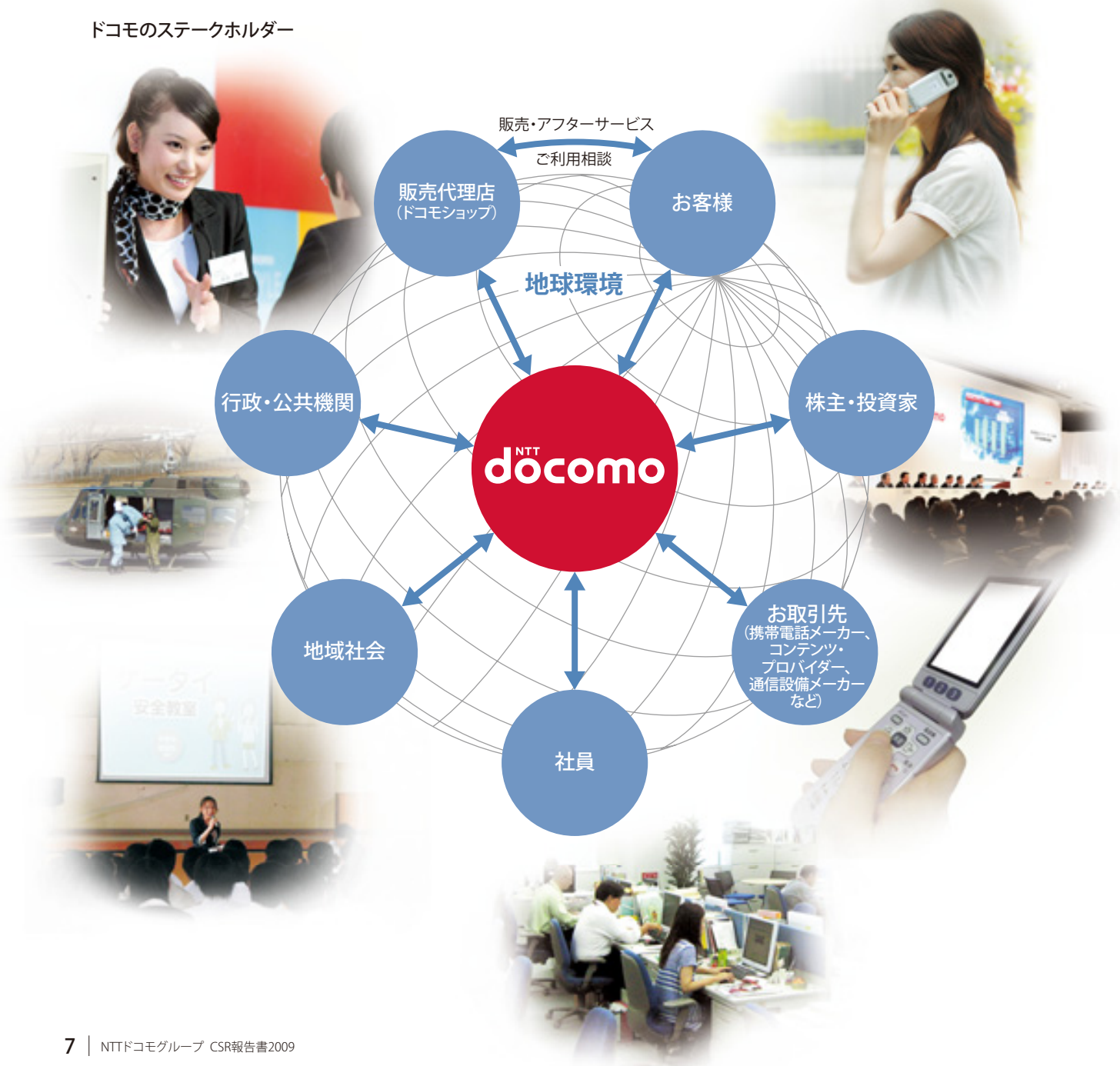
ドコモの事業は、お客様、販売代理店（ドコモショップ）、株主・投資家、お取引先など、さまざまなステークホルダーの皆様との関わりのなかで成り立っています。

携帯電話契約数は年々増加傾向にあり、また、事業規模の拡大にともなって、ステークホルダーは多様化し、ドコモが果たすべき責任もより大きくなっています。また、社会の変化とともに、ステークホルダーの皆様の関心やニーズも

多様化してきています。

そうしたなかで、ステークホルダーの皆様の期待や関心にきめ細かく応えていくために、ドコモは、対話の接点を積極的に設けるよう努めています。対話を通じて活動の改善・向上を図り、ステークホルダーの皆様との良好な関係を築きながら、社会の持続的な発展に貢献していきます。

### ドコモのステークホルダー





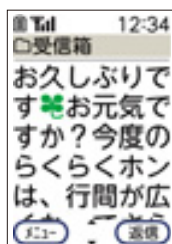
## ステークホルダーとドコモの関わり、主な対話方法

ステークホルダー	ステークホルダーとドコモの関わり	主な対話方法
お客様	約5,500万のお客様にドコモの携帯電話をご利用いただいております。さまざまな年齢層の方々や障がいをおもちの方など、お客様の求めるニーズも多様化しています。ドコモは、さまざまなお客様のご意見・ご要望を真摯に受け止め、安心・安全で高品質な製品・サービスの提供に努めています。	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドコモショップ(窓口対応)</li> <li>インフォメーションセンター(電話対応)</li> <li>ウェブサイトからの意見投稿、お客様アンケート</li> </ul>
販売代理店 (ドコモショップ)	ドコモは、ドコモショップ(2009年3月末時点、2,363店舗)などの販売代理店を通じて製品・サービスを提供しています。ドコモショップが地域に密着したお客様の窓口として質の高いサービスを提供できるよう、スタッフの研修などを支援しています。	<ul style="list-style-type: none"> <li>スタッフ研修</li> </ul>
株主・投資家	ドコモは、株主・投資家をはじめとするすべての市場参加者に、適時・適切かつ積極的な情報開示を行うとともに、皆様からいただいたご意見を会社経営やサービスの向上に役立てています。また、株主の皆様への利益還元を経営の重要課題の一つと認識し、安定的な配当の継続に努めています。なお、2009年3月末時点で株主数は320,511名となっています。	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドコモ通信(株主通信)</li> <li>アニュアルレポート</li> <li>IRサイト</li> <li>メール配信</li> <li>決算説明会</li> <li>定時株主総会</li> </ul>
お取引先	ドコモのお取引先は、携帯電話メーカー、コンテンツ・プロバイダー、通信設備メーカーなど多岐にわたります。こうしたお取引先とともに良質な製品・サービスを開発・提供していくために、相互理解を図りながら良好な信頼関係の構築に努めています。	<ul style="list-style-type: none"> <li>意見交換会</li> <li>業務改善会議</li> </ul>
社員	2009年3月末現在、ドコモでは、21,831名の社員が働いています。性別や国籍、年齢といった人材の多様性を活かし、誰もが誇りをもっていきいきと働くことができる会社をめざして、社内環境の整備、社内コミュニケーションの活性化に努めています。	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営幹部との意見交換会</li> <li>イントラネット</li> <li>各種カウンセリング</li> <li>相談窓口</li> <li>労使協議</li> </ul>
地域社会	ドコモは、「FOMA」サービスエリアのさらなる拡充を図るため、地域住民の皆様のご理解・ご協力を得ながら、全国各地で基地局を増やしています。2009年3月末時点での「FOMA」屋外基地局数は約48,500局、屋内施設数は約19,900施設となっています。また、小学校・中学校・高校や地域コミュニティーなどの団体に講師を派遣し、携帯電話を使うさいのマナーやトラブルへの対処方法を啓発する「ケータイ安全教室」を実施しています。	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドコモアンテナ設置のお願い(基地局設置についての説明冊子)</li> <li>ケータイ安全教室</li> </ul>
行政・公共機関	ドコモは、情報通信に関する官公省庁の検討会・研究会などに参加し、行政が進める政策検討に協力しています。また、陸上自衛隊との災害時相互協力協定の締結や、(社)電気通信事業者協会と連携した携帯電話のリサイクルの推進など、公共性の高い活動に積極的に取り組んでいます。	<ul style="list-style-type: none"> <li>官公省庁の検討会・研究会</li> <li>各種イベント</li> <li>(社)電気通信事業者協会</li> </ul>
地球環境	社会全体に貢献する企業をめざし、温暖化防止、資源の有効活用、自然環境保護など、地球環境の保全に向けたさまざまな活動に取り組んでいます。	—

一人ひとりに どなたにも使いやすく、快適なサービスをご利用いただけるよう  
配慮の行き届いた対応を目指します。

## 特集 「らくらくホン」の開発・販売

あらゆる人々にとって  
使いやすい携帯電話を提案しています。



※ 画面はイメージです。

本当だ、早速、孫に  
送ってみるか

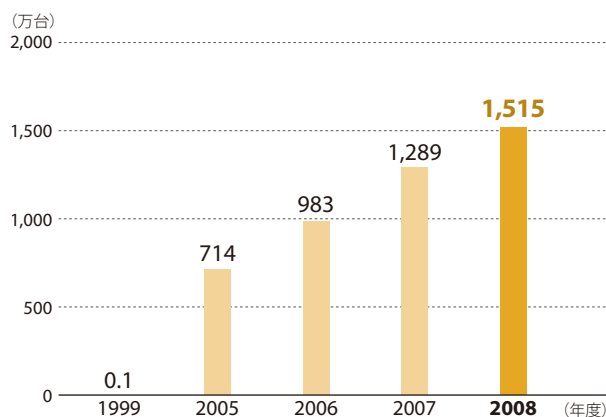
お父さん、  
声でメールが  
できるんだって！



### 累計販売台数は 1,500 万台を突破

ドコモは、1999年に「どなたにでも使いやすい携帯電話」をコンセプトにした「らくらくホン シリーズ」を発売しました。以来、多くのお客様にご愛用いただいております。2009年3月末までに14機種を発売し、累計販売台数は1,500万台を突破しています。2008年8月に発売した「らくらくホンV」では、声でメールを作成できる「音声入力メール※1」や、周りが騒がしくても相手の声が聞こえやすい「スーパーはつきりボイス2」などの機能を搭載。さらに、2.8インチの大画

「らくらくホン シリーズ」の累計販売台数の推移



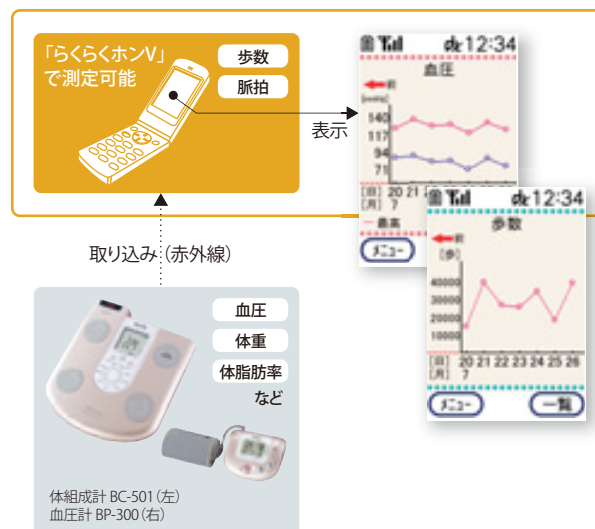
面液晶を採用するなど、お客様の声を踏まえた工夫でいつもの使いやすさを追求しています。

※1 ご利用にあたっては、別途「音声入力メール」サービスの契約が必要です。

### 携帯電話で健康管理を可能に

「らくらくホンV」には、メールや音声電話のほかにも歩数計・脈拍計を内蔵して健康管理ができる新しい機能を採

「らくらくホンV」を使った健康管理の仕組み



り入れました。歩数計は「3軸加速度センサー※1」を搭載しており、どのような姿勢でもより正確に歩数を測定します。脈拍計は、内側カメラに15秒程度指を置くだけで簡単に脈拍を測定します。また、(株)タニタの体組成計・血圧計※2で測定した体重や体脂肪率、内臓脂肪レベルなどを赤外線を利用して「らくらくホンV」に蓄積することができます。

これら歩数計、脈拍計、体組成計、血圧計で測定した健康データは、プリインストールの健康管理アプリ「健康生活日記」を使えば、グラフや一覧表として表示することも可能です。

※1 3次元の加速度を測定できるセンサーで、携帯電話の傾きを検出し、測定精度を向上させています。

※2 (株)タニタのBC-501、BP-300のみと連携し、他社製品とは連携できません(2008年7月現在)。

## わかりやすい取扱説明書作成や 点字対応を推進して

「らくらくホン シリーズ」では、取扱説明書を簡略化して見やすく、わかりやすく工夫しています。例えば、別冊の取扱説明書として作成している「かんたん操作ガイド」で

は、キーや画面のイラストをカラーで掲載し、文字も大きくすることで操作方法を確認しやすいように配慮しています。この「かんたん操作ガイド」は、(財)テクニカルコミュニケーション協会が主催する「日本マニュアルコンテスト2007」の操作マニュアル情報家電部門で「部門優秀賞」を受賞しました。また、ドコモでは、目の不自由な方のために、点字や音声での取扱説明書を用意しているほか、取扱説明書のテキスト版をウェブサイトに掲載し、読み上げソフトを使って確認できるようにもしています。点字による請求案内も無料で発行しており、2008年度の発行通数は約30,000通でした。

このほか、日本で暮らす外国人の方々へのサービス向上をめざし、従来からの英語版カタログを2007年に刷新し、英語、韓国語、中国語、ポルトガル語、スペイン語、日本語の6ヶ国語併記の総合カタログをご用意しています。



点字マニュアル

### 社外の方の声

#### 「エイジングフレンドリー」携帯電話を 海外に広げてほしい

横綱が横綱相撲に甘んじず、頭をつけて寄り切る——ドコモの「らくらくホン」への取り組みの喩えです。シニア向け携帯電話として十分な実績があったにも関わらず「今の製品ラインナップで十分なのだろうか」と深く自問自答し、市場全体を徹底的に見直して新機種を開発、累計1,500万台以上の大ヒットにしています。「一念一行」の「徹し続ける」姿勢がドコモの強みです。世界に誇る日本発「エイジングフレンドリー」携帯を海外にも広げ、世界を驚かして欲しいと思います。



村田アソシエイツ株式会社  
代表取締役  
東北大学 特任教授  
村田 裕之 様

### 社外の方の声

#### 「らくらくホン」は視覚障がいのある方々に 大きな夢と希望を与えてくれました

「らくらくホン」によって視覚障がい者は様々な情報を受発信することができ、就労等社会参加がより進められています。さらには視覚の補助装置としての機能を持つなど、その可能性は無限に広がっています。これらの実績は障がい者に大きな夢と希望を与えており、わが国の健全な社会の発展に大きく貢献しています。一方、「iアプリ」や「iモード」サイトの音声読み上げができない、またはできにくくなりつつあるなどの新たなバリアが生まれつつあり、さらなる取り組みが求められています。引き続きの牽引車としての先駆的な取り組みを心より願うものです。



株式会社ナレッジクリエイション  
代表取締役社長  
新城 直 様

# お客様満足度の追求

## 2008年度の 主な取組み

- お客様の声に適切に対応する体制を強化し、製品・サービスの改善・向上に積極的に反映
- 「みんなのドコモ研究室」を開設

## お客様満足度向上のための新たな目標

### 「2010年度 顧客満足度 第1位」の達成をめざして

2008年10月31日に発表した「新たな成長を目指したドコモの変革とチャレンジ」のなかで、「2010年度 顧客満足度 第1位」を掲げており、その達成に向けて、お客様満足の追求に努めています。

## お客様とのコミュニケーション

### 複数のお問い合わせ窓口を設け お客様の声に適切に対応

お客様の声に適切に対応するために、ドコモショップのほか電話による総合案内「ドコモ インフォメーションセンター」(携帯電話からの電話番号「151(無料)」)や、故障やエリアの通信状況に関するお問い合わせ先(同「113(無料)」)などの各種の専門窓口を設けるとともに、電話だけでなくメールでの受付も行っています。

また、電話によるお問い合わせに関しては、英語、ポルトガル語、中国語、スペイン語、韓国語にも対応しています。

なお、一般のご注文やお問い合わせは、午前9時～午後8時(年中無休)の受付ですが、紛失・盗難など緊急のご用件に関しては、24時間(年中無休)受け付けています。

### 「ドコモ インフォメーションセンター」へのコール数(2008年度)

総コール数	2,482万件
月平均	207万件

### 社員の「気づきの声」を活かして 製品やサービスを改善・向上

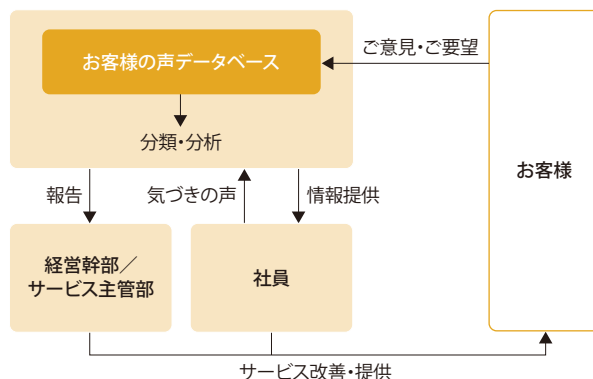
日々のお客様対応のなかで改善や見直しが必要と感じたことを「気づきの声」として社内のデータベースに蓄積・共有し、製品やサービスの改善・向上を図っています。

## お客様の声を経営幹部や社員で共有し、 製品やサービスを改善・向上

日頃お客様からいただく声はもとより、ドコモショップへのご来店時や「ドコモ インフォメーションセンター」のご利用後に実施しているお客様アンケートなどを通じて寄せられたドコモへのご要望や、製品・サービスに対するご意見を毎週まとめ、経営幹部や全社員で共有しています。

社員一人ひとりがお客様の声を知ること、製品・サービスの改善・向上につなげています。

### CS(お客様満足)推進体制



### お客様の声に基づく2008年度の主な改善事例

#### ご要望 「ファミリー割引」サービスを申込み当月から適用してほしい。

- **改善内容:**これまで、「ファミリー割引」「オフィス割引」は、お申込みいただいた月の翌月の料金(翌々月請求)から割引適用としていましたが、変更後は基本使用料25%割引についてはお申込み当日から適用に、グループ内の「iモードメール」無料などの割引についてはお申込み後からの適用としました。

#### ご要望 修理した携帯電話を自宅に送ってほしい。

- **改善内容:**「FOMA」をお預かり修理するさい、ドコモの代替機(貸出機)を利用されない場合、修理完了品をご自宅まで無料で宅配します※1(「ドコモプレミアクラブ」会員限定)。

※1 宅配送付先は、ドコモにご登録いただいているご住所に限ります。



## 正確でわかりやすい広告表示

### 広告表示に関する審査体制を強化

2007年11月に公正取引委員会から携帯電話の料金割引サービスに関する広告表示について指導を受けたことにより、同月、直ちに再発防止対策を検討するプロジェクトチームを立ち上げ、広告表示に関するチェック体制を強化しました。

さらに、消費生活アドバイザーの資格をもつ社員がお客様の視点で広告表示をチェックする仕組みも設け、お客様を誤解させてしまう表現とならないよう、適正な広告表示の徹底に努めています。

## お客様満足度向上のための研究開発

### お客様からのアイデアやご意見をもとに、先進的なサービスを開発

お客様からのアイデアやご意見を活かした近未来サービスの開発を目的として、2008年4月、「みんなのドコモ研究室」と名づけた実験ウェブサイト「ドコモプレミアクラブ」会員向けに開設しました。

「みんなのドコモ研究室」では、ドコモの先進技術を紹介するとともに、開発段階の新しいサービスなどの公開実験を実施しています。実験に参加していただいたお客様からのご感想やご意見を収集し、実用化に向けた改善・改良や将来の先進的なサービスの開発につなげています。2009年7月からサービス提供を開始した、離れた場所にいる家族などと簡単に写真を共有できる「お便りフォトサービス」は、この「みんなのドコモ研究室」から生まれました。



「みんなのドコモ研究室」

参照ウェブ PC: <http://trial.nttdocomo.co.jp/>  
iモード: <http://trial.nttdocomo.co.jp/i/>

## ハイビジョン映像や各種放送を高画質化・効率化する新技術を開発

ドコモを含む9つの企業・団体は共同で、動画などを従来使われているものの半分のデータ量で記録できる技術を開発しました。この技術は、ハイビジョン映像のブルーレイディスクへの記録や、ケーブル、衛星、地上波放送の高画質化・効率化を実現するもので、そうした成果が評価され、2008年8月、米国エミー賞のなかでテレビに関する技術で顕著な成果を上げた個人や団体に贈られる「Primetime Emmy Engineering Award」を受賞しました。

今後、この技術はブルーレイディスクや国内のワンセグ放送のほか、欧米でのデジタル放送でも利用される予定です。

## トピックス

### 社内消費生活アドバイザーの意見をもとにサービスや業務の見直しを推進

お客様を第一に考える会社への変革と消費生活の専門知識をもつ人材の育成を目的に、研修などを通じて社員の消費生活アドバイザー資格の取得を推進しており、2009年7月1日現在、グループ全体で203名の有資格者が在籍しています。

資格をもつ社員は、消費生活センターなどの行政機関を訪問し、携帯電話サービスに関するお客様からの相談内容をヒアリングしてサービスの改善に役立てたり、お問い合わせに役立つ資料を作成したりしています。また、社外セミナーやシンポジウムへの参加など外部との交流も積極的に行っています。

ドコモでは、そうした取組みの成果をサービスや業務の改善に着実に反映させていくため、2008年度からは、すでにあるCS改善サイクルに加え、消費生活アドバイザーからの提言を積極的に活かす仕組みを設けています。今後もよりいっそうお客様視点の事業への反映を促し、お客様満足度の向上につなげていきます。

### 今後の取組み

- 「2010年度 顧客満足度 第1位」の達成をめざし、取組みを推進
- お客様の声の収集体制と社内フィードバック体制をさらに強化
- お客様満足度向上のため、サービスの向上につながる研究開発を推進

 ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- 携帯電話シリーズ展開の変更
- 新しい販売方式の導入
- 「iコンシェル」の開始
- 「ドコモオンラインショップ」のサービス拡充
- 「iD」の拡充
- トラブルに対するサービスの強化
- ドコモショップスタッフの応対レベルの向上

# ユニバーサルデザインの推進

## 2008年度の 主な取組み

- 使いやすさを追求した「らくらくホンV」などを発売
- ドコモショップのバリアフリー化を全国約150店舗で実施
- 「ドコモ・ハーティプラザ梅田」を開設

## ユニバーサルデザインに対する基本的な考え

### お客様の声をもとに 「ドコモ・ハーティスタイル」を推進

一人ひとりのお客様に使いやすい製品やサービスを提供したいとの思いから、「ドコモ・ハーティスタイル」と名づけたユニバーサルデザインの取組みを進めています。

関連各部門が参加する「ユニバーサルデザイン推進ワーキンググループ」が中心となって、お客様の声をもとに「製品」「お客様窓口」「サービス」の充実に取り組んでいます。

#### 「ドコモ・ハーティスタイル」の取組み

製品	ユニバーサルデザインを意識した製品の提供(らくらくホン、2画面ケータイ、サウンドリーフなど)
お客様窓口	店舗のバリアフリー化、テレビ電話による対応サポート(手話)、ハーティマインド研修、サービス介助士2級資格取得推進、ドコモ・ハーティプラザ(丸の内・梅田)
サービス	ハーティ割引、点字請求案内書、点字・音声による取扱説明書、電話教室、シニア・障がい者向けケータイ活用講座、国内展示会におけるハーティストaffの配置

## 製品・サービスのハーティスタイル

### 「ユニバーサルデザインガイドライン」に基づき、製品の使いやすさを追求

高齢者に配慮した製品の開発に力を注いでおり、2008年の夏には、ディスプレイの見やすさや聞きやすさなどに配慮した「706ieシリーズ」4機種を発売し、「らくらくホンシリーズ」と合わせてラインアップを充実させました。今後は、独自に定めた「ユニバーサルデザインガイドライン」に基づき、使いやすさのさらなる向上に取り組んでいきます。

また、他の製品についても「シンプルメニュー」や「拡大メニュー」などの搭載を推進。2008年の冬に発売した機種

からは、文字入力時のキー配置を統一しました。今後も多くのお客様が安心して機種を選べるよう、操作性の違いの解消などを進めていきます。

#### 製品における主な配慮点

見ることへの配慮	<ul style="list-style-type: none"> <li>● メニューの見やすさ(拡大メニュー、カラーテーマの変更)</li> <li>● 文字の読みやすさ(拡大もじ、カラーテーマの変更)</li> </ul>
聞くことへの配慮	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通話相手に対する自分の声の聞きやすさ(ノイズキャンセラ機能など)</li> <li>● 相手の声の聞きやすさ(自動音量調整など)</li> </ul>
操作のしやすさへの配慮	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 発信のしやすさ(ワンタッチダイヤルなど)</li> <li>● 着信操作の容易さ(エニーキーアンサーなど)</li> <li>● 入力のしやすさ(音声認識など)</li> <li>● 開閉のしやすさ(ワンプッシュオープン)</li> </ul>
理解し記憶することへの配慮	<ul style="list-style-type: none"> <li>● メニューのわかりやすさ(シンプルメニュー)</li> <li>● 操作のわかりやすさ(文字入力時のキー配置の統一、ヘルプ機能など)</li> </ul>

### 騒音のなかでの通話をサポートする 「サウンドリーフプラス」を発売

騒音のなかで携帯電話をご利用になるお客様や加齢などによる難聴でお悩みのお客様に配慮して、音の振動を耳周辺の骨から聴覚神経に伝える骨伝導機能と指向性マイクを搭載したBluetooth<sup>®</sup>\*1対応のレシーバマイク「サウンドリーフプラス」を開発し、2008年3月から販売しています。この「サウンドリーフプラス」は、その先進性が評価され、(財)店舗システム協会が主催する「JAPAN SHOP SYSTEM AWARDS 2009」で優秀賞を受賞しました。

なお、「サウンドリーフプラス」はすべてのドコモショップで体験利用することができます。

※1 Bluetooth<sup>®</sup>:無線通信規格の一つ。レシーバマイクと携帯電話をこの規格の無線電波でつないでいます。



サウンドリーフプラス  
(フリップオープン時)

## 「らくらくホン」で利用できる

### 録音図書の配信サービスを開始

社会福祉法人日本点字図書館が視覚障がいのある方々にインターネットで配信している録音図書サービス（サービス名称「びぶりおネット」）を「らくらくホンV」「らくらくホンプレミアム」で利用できるようにし、2008年8月から「iモード」で提供しています。この取組みに対して、同法人から感謝状をいただきました。

### お客様窓口のハートスタイル

### 全国のドコモショップでユニバーサルデザインを推進

「ドコモ・ハートスタイル」の考えに基づき、全国のドコモショップで入口の段差の解消、車いす対応カウンターおよびトイレの設置、店内スペースの確保、障がい者用駐車スペースの設置などのバリアフリー化を進めています。すでに入口をバリアフリー化したドコモショップは全体の約8割、車いす対応トイレ、障がい者用駐車スペースを設けた店舗は、それぞれ約6割となっており、今後その割合をさ

#### ドコモショップのバリアフリー化の内容

項目	主な内容
入口段差なし	段差をなくし、出入口の幅を80cm以上確保する
店内スペース	通行幅（80cm以上）を確保する
車いす対応トイレ	広めのスペースおよび出入口幅80cm以上を確保する
車いす対応カウンター	足元の奥行き（概ね40cm以上）や高さ（概ね65cm～75cm）を確保する
障がい者用駐車スペース	幅3m以上の専用駐車スペースを確保する

らに拡大していく計画です。

また、すべてのドコモショップに簡易筆談器、体験用の「らくらくホン シリーズ」や「サウンドリーフプラス」を配備しているほか、「手話サポートテレビ電話」の設置も進めています。

### トピックス

## TOPICS

#### 「ドコモ・ハートプラザ梅田」を開設

東京・丸の内に続き2009年2月、大阪に「ドコモ・ハートプラザ梅田」を開設しました。

「ドコモ・ハートプラザ梅田」では、オールフラットな廊下、お客様を誘導する床面のガイドライン、車いすをご利用の方も使いやすいトイレなどを設置しているのはもちろん、手話スタッフやサービス介助士による対応、スタッフによる最寄り駅までの送迎など、充実したサービスを提供しています。



オープニングイベント

#### ステークホルダーとの対話

#### 「ドコモ・ハートプラザ丸の内意見交換会」を開催

2009年2月、「ドコモ・ハートプラザ丸の内」の創立5周年を記念して、製品、お客様窓口、サービスのさらなる改善を目的に、障がいのあるお客様や高齢のお客様にご参加いただき2部構成で意見交換会を実施しました。第1部では、同ハートプラザのこれまでの取組みとめざす方向性について紹介するとともに、質疑応答を行いました。また第2部では、「らくらくホン」のサプライヤーである富士通（株）とともに、お客様から同製品の機能などについてさまざまな意見をいただきました。



意見交換会の様子

### 今後の取組み

- ユニバーサルデザインに配慮した機能の搭載や、各製品の操作性の統一を推進するとともに、その内容をお客様にわかりやすく紹介
- 全ドコモショップの設置可能なバリアフリー化を推進、2012年度までに完了をめざす
- 耳の不自由なお客様への対応品質改善・向上をめざし、ドコモショップで「手話サポートテレビ電話」の設置を拡大

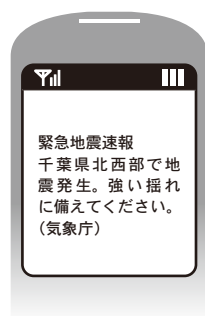
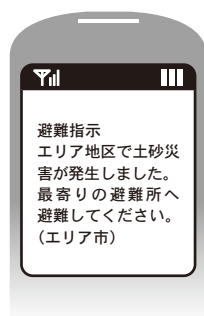
 ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- 「ユニバーサルデザイン勉強会」の開催
- 「ハート割引」の割引率改定
- 障がいのある方を対象とした携帯電話活用講座の開催
- 「ハートマインド」の醸成
- 「人権啓発のための体験学習」の実施

**安定した品質で** どこにいても、どんな時にも安定した通信品質を提供し、災害などの非常時においても、ライフラインとしての機能を果たします。

## 特集 「エリアメール」の提供

気象庁からの緊急地震速報や  
地方公共団体からの災害・避難情報を  
指定したエリア内の携帯電話に配信しています。



※ 画面はイメージです。

部長、災害時に  
避難情報を  
ケータイに  
一斉配信できる  
そうですよ

そうか、それなら  
住民の皆さんも  
安心できるな



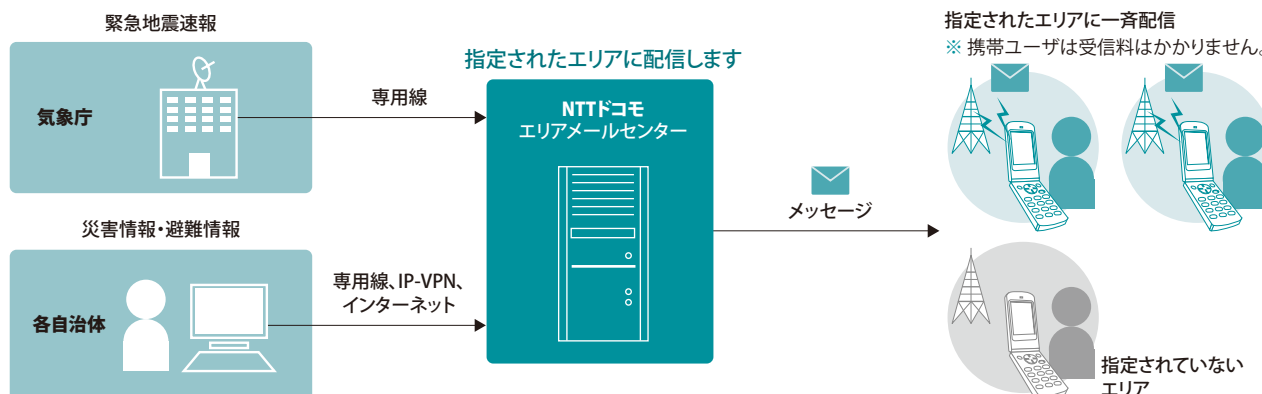
### 回線混雑の影響を受けにくい CBSを活用

ドコモは、2007年12月から気象庁の緊急地震速報を、強い揺れ(震度4以上)が起こると想定されるエリアの携帯電話に緊急速報「エリアメール」で無料配信しています。「エリアメール」の技術は、「CBS (Cell Broadcast Service)」と呼ばれる国際標準の配信方法で、回線混雑の影響を受けにくいという特長があり、メールアドレスを利用することなく

特定エリアの携帯電話へ一斉に同報配信することが可能です。また、この「エリアメール」の仕組みを自治体の災害時の広報活動に役立てていただくために、ご契約いただいた地方自治体からの災害・避難情報を指定されたエリア内の携帯電話に一斉配信するサービスも提供しています。

携帯電話の機種によっては、「エリアメール」を受信するために設定が必要な場合がありますが、2008年秋に発売した機種からは、初期設定不要で受信できるように変更しました。

### 「エリアメール」の仕組み





## 自治体の災害時の情報発信を 确实・迅速に

2009年3月末時点で、8つの自治体に「エリアメール」を採用いただいています。2008年に、埼玉県飯能市に日本で初めて採用いただきました。

同市では、従来、防災行政無線や一般的なメールにて災害時の情報発信を行っていましたが、防災行政無線は気象などの影響で放送内容が聞き取りにくい場合がある、一般的なメールによる情報配信では回線の混雑で迅速に情報を発信できない可能性があるということが課題となっていました。そうした課題を解決するために「エリアメール」を導入していただいた結果、「回線混雑による影響がなく、迅速にメール配信をすることができた」「操作が簡単で、担当職員の負担が軽減できた」などの評価をいただいています。

## 自治体への広報活動と サービスの安定提供に注力

ドコモでは、「エリアメール」を多くの自治体に採用いただくことで、災害時により多くのお客様に有用な情報を提供できるよう、「CEATEC JAPAN」「危機管理産業展」「緊急

地震速報関連機器展示会」などの各種展示会に出展し、その仕組みや導入のメリットなどを紹介しています。

また、2008年度は、「エリアメール」をわかりやすく紹介した映像資料を制作したほか、試験配信を含めた防災訓練への協力、自治体、ボランティア、大学主催の地域防災に関する勉強会への参加などの取組みを積極的に進めました。

そうした取組みとともに、「エリアメール」を支えるシステムの安定性と确实性を維持・向上させるために、試験配信での品質確認や市町村合併を踏まえたエリアの再設計に取り組みました。さらに、1秒でも早く、緊急情報を配信するために、携帯電話での処理を高速化するなどの工夫を施し、「エリアメール」を配信するまでの時間を短縮しています。



「危機管理産業展」での出展の様子

### 社外の方の声

#### 防災訓練でテスト配信を実施して有効に機能することが確認できました

2009年6月に実施した土砂災害に対する全国統一防災訓練で「エリアメール」を使って自主避難情報や避難勧告情報などをテスト配信しました。訓練本部から17km離れた避難対象地区のほか市内全域に配信しましたが、約7秒後に専用着信音が鳴って配信内容が表示され、緊急時にも有効に機能することが確認できました。今後は、件名の文字を目立たせたり、防災関連サイトへのアクセスをしやすいするなど、さらなる機能の充実を期待しています。



埼玉県飯能市 危機管理監  
兼 危機管理室長  
馬場 定男 様

### 社員の声

#### 防災知識の向上や試験配信を通じて自治体の皆様に真に役立つ提案に努めています

自治体の皆様に「エリアメール」を紹介するさいに、サービスの特長を説明するだけでなく、各自治体管轄の地域の特徴を踏まえた活用方法を具体的に提案できるよう、防災士の資格取得などを通じて防災知識の向上に努めています。また、自治体主催の防災訓練で試験配信を実施して、実際に活用いただくことで得られる自治体の皆様からの貴重なご意見をもとにサービス品質のいっそうの向上に取り組んでいます。



モバイルデザイン開発室  
第二開発担当  
菅野 崇亮

# 安定した通信品質の提供

## 2008年度の 主な取り組み

- 「FOMA」の電波状況調査について、訪問日時の手配後、原則48時間以内に実施する取り組みを開始
- 山岳地において「FOMA」のサービスエリアを拡大
- 大規模災害地域での通信手段の確保に注力

## 通信エリアの改善・拡大

### お客様のご意見・ご要望を踏まえて 基地局の設置計画を立案

携帯電話をいつでも、どこでもお使いいただけるよう、お客様からいただいた電波状況に関するご意見・ご要望をもとに調査を実施し、基地局の設置を計画しています。

なお、設置工事にあたっては、戸別訪問などを通じて地権者や近隣の皆様に工事のスケジュールや概要を説明しており、工事完了後は、設備の安全性を確認した上で、基地局の運用を開始することとしています。

### お客様のご希望に合わせて、 原則48時間以内に電波状況の調査を実施

故障やエリアの通信状況に関する電話窓口（携帯電話からの電話番号「113（無料）」）や「聞かせて！FOMAの電波状況」などに寄せられた「つながりにくい」というお客様の声に対し、訪問・調査をご希望のお客様には、調査の担当者がお客様に連絡後、原則48時間以内に訪問し、調査を実施する取り組みを2008年10月から開始しました。

訪問・調査時には、「室内用補助アンテナ」や、電波を増幅し、屋内エリアの電波状況を改善する「FOMAレピータ」を用いて、屋内品質の改善に努めています。

また、屋内品質の改善にいたらなかった場合についても、改善対策の実施予定や改善結果をお客様へご連絡し、改善までのアフターフォローを実施しています。

今後もこの取り組みを広くお客様に紹介するとともに、「FOMA」サービスエリアの充実に向けて品質改善を進めていきます。



訪問先での電波状況調査の様子

## 富士山をはじめとする山岳地でも サービスエリアを拡大

山岳地においても「FOMA」サービスエリアの拡大に取り組んでいます。

例えば、富士山では登山口である吉田口、須走口、御殿場口、富士宮口から山頂までのエリアで「FOMA」を提供するために基地局やブースター（増幅器）を設置。また、山頂部にも山開きに合わせてブースターを設置しています。

そのほか北アルプス南部の常念岳・槍ヶ岳の山頂でも、登山シーズンを中心に臨時基地局を設置して「FOMA」サービスを提供しています。

## 通信の安定確保

### 世界最大級のモバイルインターネット サービス、「iモード」の安定提供に注力

世界最大級のモバイルインターネットサービスに成長した「iモード」の心臓部である「iモード」センターを安定的に稼働させるために、システム運用と設備運用の両面からさまざまな対策を講じています。

システム運用面では、通信状況をシステム自ら監視し、システムの処理を複数の機器に分散させ、機器のトラブルが発生した場合は、他の機器に処理を切り替える技術を導入しています。さらに、その状況を有人のオペレーションセンターで24時間365日監視するとともに、故障対応の専門スタッフを「iモード」センターに常駐させ、異常発生時に短時間でサービスを復旧できる体制を確立しています。一方、設備運用面では、「iモード」センターがある施設の制震構造化や機器配置の分散化などの対策を行っています。

「iモード」のトラフィック（通信）量は今後も増大することが予想されることから、システムの更新や機器・設備の増強を引き続き進めていきます。

## 災害時への備え

### 「災害対策の3原則」に基づき ネットワークの信頼性の向上に注力

災害発生時に被災者やインフラ復旧に携わる方々をはじめとする多くの人々から強く求められるのが携帯電話です。

ドコモでは、そうした非常時に備えて、システムとしての信頼性向上、重要通信の確保、通信サービスの早期復旧を柱とする「災害対策の3原則」を定め、通信ネットワークの信頼性の向上に継続的に取り組んでいます。

#### 災害対策の3原則

災害対策の3原則	方針	取組み
●原則1 システムとしての 信頼性向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>●設備・回線のバックアップ化</li> <li>●建物や鉄塔の耐震補強など、設備自体を強化する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●基地局と基地局の間の伝送路を複数化</li> <li>●機器の耐震補強／ケーブルの地下収容</li> </ul>
●原則2 重要通信の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>●重要な通信を確保する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●防災機関などに災害時優先電話を提供</li> <li>●ネットワークの効率的コントロール</li> <li>●自治体などへの携帯電話の貸出</li> </ul>
●原則3 通信サービスの 早期復旧	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ハード面の対策を進める</li> <li>●ソフト面の対策を進める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●移動基地局車や移動電源車の配備</li> <li>●被災時の措置マニュアル策定／災害対策本部などの組織化／防災訓練の実施</li> </ul>

### 移動電源車や衛星エントランス搭載 移動基地局車の配備を推進

災害時の通信の確保と早期復旧に向けた備えとして、基地局の停電に対応する移動電源車を全国の拠点に配備しています。また、衛星回線を使って交換機との通信を確保する衛星エントランス搭載移動基地局車の配備を進めています。

## 自衛隊と災害時における相互協力協定を締結

2008年9月、災害対策の一環として陸上自衛隊の各方面隊との間で災害時における相互協力協定を締結しました。

この協定によって、ドコモは災害復旧活動に使われる携帯電話を陸上自衛隊に貸し出し、陸上自衛隊はドコモの災害対策機器などを被災地へ迅速に運搬することとしています。

#### トピックス

## TOPICS

### 「岩手・宮城内陸地震」「岩手県沿岸北部の地震」での通信確保の取組み

2008年6月14日に発生した「岩手・宮城内陸地震」において、被災地の通信手段を確保すべく、さまざまな対策を実施しました。

具体的には音声通話のネットワークと「iモード」などのネットワークを分けて制御することで、トラヒック（通信）量の増大による音声通話の障害を防ぎ重要通信の確保に努める一方、多くの方の「iモード」などのご利用に対応しました。また、移動電源車などを利用し、停電による影響を受けた基地局の早期復旧に取り組みました。

さらに、各自治体の災害対策本部や陸上自衛隊の災害復旧活動を支援するために、携帯電話を貸し出したほか、各避難所に無料で使える携帯電話や充電器を設置。あわせて被災地域の方々の安否状態などの確認手段として、「iモード災害用伝言板サービス」を提供しました。

また、7月24日に発生した「岩手県沿岸北部の地震」においても、各自治体の災害対策本部や陸上自衛隊への携帯電話の貸出や、「iモード災害用伝言板サービス」の提供を行いました。



移動電源車

#### 今後の取組み

- 「FOMA」の電波状況についてお客様のご要望に対する調査を継続して実施
- 衛星エントランス搭載移動基地局車を全国に配置

WEB ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- 電波状況に関するお客様の声の募集
- 渡航されるお客様へのサービスの拡充
- 「FOMA/ハイスピード」エリアの人口カバー率100%到達
- 大規模イベントなどへの対応
- 「iモード災害用伝言板サービス」の提供
- 「防災業務計画」の整備
- 総合防災訓練の実施
- 「危機管理産業展2008」への出展

# 製品安全の確保

## 2008年度の 主な取組み

- 製品の故障受付拠点を約2,400店舗に拡大
- 「電波防護指針」や法規制の順守の徹底と電波の安全性に関する研究を促進

## 製品品質の保証

### 設計から販売後まですべての過程で 製品の安全性に配慮

携帯電話メーカーとともに設計段階から安全性に配慮した製品開発に努めています。

メーカーの設計基準のみに頼らず、ドコモの安全性基準をメーカーに提示するとともに、製品の開発時に安全性試験を実施し、製品の発売までに安全性を確認しています。

また、発売後に故障や品質問題が発生した場合の対応窓口として故障受付拠点を全国に配置しており、故障した

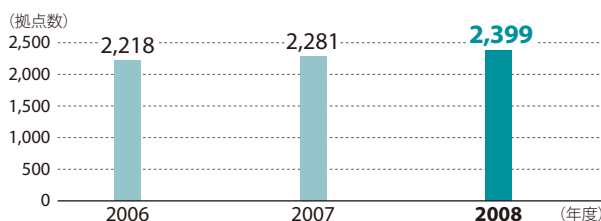
携帯電話をお預りするさいにも代替機を貸し出すなど、お客様の利便性を損ねることがないように努めています。さらに、重大な不具合などが発生した場合には、代表取締役副社長を最高責任者とする「端末対策委員会」を開催。不具合の内容と原因を確認した上で対応方針を迅速に決定しています。

### 自動更新機能などで携帯電話の ソフトウェア不具合に対応

携帯電話のソフトウェアに不具合があった場合には、不具合を改善したソフトウェアを公開し、お客様にアップデート(更新)をお願いしています。これにより、お客様のご来店は不要となります。

さらに2007年に発売した「905iシリーズ」以降の機種には、自動更新機能を搭載。お客様自身で操作をすることなくソフトウェアを自動的に最新版にアップデートし、常に正常なソフトウェアをご利用いただけるようにしています。

### 故障受付拠点数の推移



### 標準的な品質管理フロー(機種ごと)

プロセス	作業内容	主管部
設計(ガイドラインの策定)	●携帯電話の安全性に関わる基準を作成	移動機開発部など
試作機の品質検査	<ul style="list-style-type: none"> <li>●有害物質を使用していないかの確認</li> <li>●携帯電話ハードウェアの性能確認</li> <li>●携帯電話が異常発熱していないかの確認</li> <li>●電池/バックの安全性チェック</li> </ul>	
導入の判定	●開発段階における携帯電話の安全性・性能の最終確認	
量産機の品質検査	●仕様書をもとに携帯電話の検査を実施	資材部
発売		
アフターサービス	●故障受付対応、品質管理	端末サービス部など



### 一部携帯電話の販売停止について

2009年2月20日に発売した「docomo PRO series BlackBerry Bold」、5月19日に発売した「docomo PRIME series N-06A」「同P-07A」、6月20日に発売した「docomo PRO series T-01A」について、搭載したソフトウェアの一部に不具合があることが発売後に判明したため、販売を一時停止いたしました。お客様にご迷惑をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。

不具合の発見直後からその原因究明と改善を実施いたしました。今後こうした事態の再発防止に向けソフトウェアの品質管理をあらためて徹底してまいります。

## 研修や資格認定制度で、故障受付業務を担当するスタッフのレベルを向上

携帯電話などの故障修理依頼に適切に対応するために、故障受付業務を担当するドコモショップのスタッフを対象に、故障原因の特定から機能回復までのプロセスや、ドコモのアフターサービスの知識やスキルの習得を目的とした研修を実施しています。さらに、それらのレベルが一定以上のスタッフを社内資格で認定し、故障受付業務を担当するスタッフのスキル向上に取り組んでいます。

また、そうしたスタッフを指導するリーダーを育成するために、高度な知識やスキルをもつスタッフ向けの研修制度と指導員としての資格認定制度も用意しています。

### 電波の安全性への配慮

## 「電波防護指針」や法規制の順守を徹底

電波の安全性は社会的な関心事の一つです。なかでも、携帯電話の電波が人体に与える影響については、50年以上にわたって調査研究が行われており、WHO（世界保健機関）や総務省が精査した結果に基づいて国の「電波

防護指針」や法規制が策定されています。ドコモは、同指針や法規制を順守して基地局を運用するとともに、携帯電話が発する電波について



電波防護に関する講演会

も指針値を下回っていることを確認しています。

また、社員が電波防護に関する法規制の動向や国内外の最新の研究成果などを把握できるよう、社内外の専門家による講演会を定期的に行っています。2008年度も「疫学的手法を用いた電波のばく露による発がん性評価」など多様なテーマで計18回開催しました。

## 業界各社とともに電波の安全性を確認するための研究を推進

ドコモは、WHO（世界保健機関）や総務省の研究奨励を受けて、電波が人体に与える影響についての研究に取り組んでいます。2002年からは、KDDI（株）、ソフトバンクモバイル（株）と共同で人体の細胞・遺伝子への影響を調べる実験を実施。2005年の中間報告を経て、2007年には「影響は確認されなかった」という最終報告を公表しました。

これは、電波が細胞の構造や機能に影響を与えてがん化するという主張を否定する科学的証拠の一つであり、携帯電話や基地局の電波の安全性をあらためて示すことができました。

今後も携帯電話事業者の重要な社会的責任の一つとして、国内外の研究動向を注視するとともに、（社）電波産業会電磁環境委員会の調査・研究活動などに積極的に参画していきます。

参照ウェブ [http://www.nttdocomo.co.jp/info/news\\_release/page/20070124b.html](http://www.nttdocomo.co.jp/info/news_release/page/20070124b.html)

### 今後の取組み

- 携帯電話のソフトウェアの品質をさらに厳密に管理
- 電波の安全性に関する国内外の研究動向を継続的に把握するとともに、各種研究活動に積極的に参画

# 安心・安全を実現して

通信の利用に関する社会的な課題の解決や、  
情報セキュリティの確保に真摯に取り組めます。

## 特集 子どもの安全確保

携帯電話にまつわるトラブルから  
子どもたちを守っていくために  
さまざまな活動を継続しています。



※ 画面はイメージです。

太郎にもケータイを  
もたせたいけど、  
ちょっと不安だわ

でも、最近の  
フィルタリングサービスは  
しっかりしているよ



### 「アクセス制限サービス (フィルタリングサービス)」を充実・強化

出会い系などの有害サイトへのアクセスを未然に防ぐために「アクセス制限サービス(フィルタリングサービス)」を2003年から提供しています。

2009年1月にサービス内容を拡充し、サイトへのアクセスを24時間制限する「Web制限」、アクセス制限の対象となるサイトやカテゴリの一部について、お客様の設定により個別に閲覧可否を変更することができる「アクセス制限カスタマイズ」の提供を開始しました。

これにより、従来の「キッズ iモードフィルタ」「iモード

#### 「アクセス制限サービス」のメニュー

アクセスするサイトを制限する2つのメニュー	
キッズ iモードフィルタ	グラビアサイトやコミュニティサイトを除いた「iモードメニュー」サイトのみアクセス可能
iモードフィルタ	出会い系サイトや違法サイト、コミュニティサイトなどを除いた一般サイトにもアクセス可能
アクセスする時間帯を制限する2つのメニュー	
Web制限 (24時間)	NEW サイトへのアクセスを24時間制限
時間制限(夜間)	サイトへのアクセスを午後10時～翌朝6時まで制限
追加メニュー	
アクセス制限カスタマイズ	NEW アクセス制限されるサイトやカテゴリの一部についてお客様が制限を変更することが可能

フィルタ」「時間制限」も含めて、よりさまざまなお客様のご利用意向に対応し、安心で安全な携帯電話の利用環境づくりに取り組んでいます。

### 認知度向上と普及促進の取組み

2005年に総務省が実施した調査によると、フィルタリングサービスに対する認知率は約40%※1という低い結果でした。この認知率を高めるために、ドコモでは、請求書と同封物、携帯電話カタログなどを通じて周知活動に注力。その結果、ドコモのお客様のフィルタリングサービスの認知率は、2008年2月時点で約90%※2へと向上し、現在もその水準を維持しています。

一方、普及促進の取組みとして、総務省からの要請を受け、2008年8月からは、新規に契約する未成年のお客様については親権者から不要などの申告があった場合を除き、「iモードフィルタ」を設定することとしました。また、すでに契約されている18歳未満のお客様についても、2009年1月より、親権者から不要などの申告がなければ「iモードフィルタ」を自動設定することとしました。

さらに、2009年4月には「青少年が安全に安心してイン

ターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」が施行され、未成年の方が「iモード」を利用する場合、原則として「アクセス制限サービス」をお申込みいただいています。これにともない、お客様に対するご案内をより徹底し、さらなる普及促進に取り組んでいます。

※1 2005年度電気通信サービスモニターに対する第2回アンケート調査です。  
 ※2 2008年2月「ドコモプレミアアンケート」の結果です。

## 「ケータイ安全教室」をはじめとした啓発活動

子どもたちが携帯電話を使うさいのマナーやトラブルへの対処方法について啓発する「ケータイ安全教室」を2004年から実施しています。2009年3月末までに全国で約9,200回実施し、約149万人が受講しており、受講者数は年々増加しています。「ケータイ安全教室」の取組みについては、警視庁成城警察署長（11月）、北海道知事（12月）、徳島県教育委員会（3月）から、それぞれ感謝状をいただきました。また、2008年度に使用していた小学生向けアニメーション教材は（財）消費者教育支援センターの「第6回消費者教育教材資料表彰」の優秀賞を受賞しました。

さらに2008年度は11月に、フランスのパリ日本人学校で小学生を対象に「ケータイ安全教室」を実施し、帰国時に

安全かつ適切に携帯電話を使えるよう啓発を行いました。

このほか、先生自らが子どもたちへ携帯電話の安心・安全な使い方を伝えていただくための補助ツールとして、「ケータイ安全教室」の講義内容をもとにした映像教材（DVDなど）を新たに作成し、希望される学校や地域の団体などに約6,100枚を無料で配布しました。

なお、2009年4月からは、振り込め詐欺対策などを盛り込んだシニア向けの「ケータイ安全教室」を新たに開始しています。



「ケータイ安全教室」用映像教材

### 「ケータイ安全教室」の内容

対象者	主な内容・特徴
小学生	携帯電話の安心・安全な使い方、使用の基本的なルールやマナーについてアニメーションを使用して説明
中学生・高校生	携帯電話の安心・安全な使い方、使用のルールやマナーを被害者と加害者になる立場のそれぞれの視点から、再現ドラマを織り交ぜながら具体的な事例を用いて説明
保護者・教員	「子どもを守る」という観点到に立ち、保護者や教員の指導ポイントを紹介

#### 社外の方の声

### 社会全体の情報モラルの向上に貢献してくれることを期待しています

生徒達が携帯電話やインターネットを利用する機会は社会や大人たちの想像をはるかに超え、彼らの生活習慣や友人関係に多大な影響を与えています。特定の生徒への誹謗・中傷が日常的に行なわれたり、「ネットいじめ」が今や社会問題になっています。本校では5年前から中高とも1年生を対象に「ケータイ安全教室」を実施しています。NTTドコモの「ケータイ安全教室」は新入生を迎えた時期、生活指導の大きな柱になっています。今後とも保護者への啓発や、教職員の指導力の向上のためサポートを期待し、情報モラル教育の充実が社会全体で図られることを願っています。



城西大学附属  
城西中学・高等学校 校長  
東谷 仁 様

#### 社員の声

### 身近な事例や対処方法の紹介を採り入れてわかりやすい情報提供に努めています

渋谷支店内の「ケータイ安全教室プロジェクト」のメンバーとして活動しています。最近、当支店管内の小中学校でも携帯電話をもつ生徒さんが増えて、未然にトラブルを防ぐための知識を提供するだけでなく、身近な事例や対処方法の紹介を採り入れた教室を実施する必要性を感じています。今後は、保護者や地域の方々にも安全教室への参加を呼び掛けて、携帯電話を安心して使っていただけるようさまざまな情報を提供していきたいと思います。



渋谷支店 営業部  
木庭 暁子

# 社会的影響への配慮

## 2008年度の 主な取組み

- 「ケータイ安全教室」を全国で約4,600回開催
- 「アクセス制限サービス(フィルタリングサービス)」の機能を拡充
- 振り込め詐欺の防止対策を強化

### 子どもたちへの影響配慮

## 携帯電話利用にまつわる危険・トラブルから子どもたちを守る取組みに注力

日本国内の携帯電話の契約数は、2009年3月末現在、約1億750万台となっており、ほぼ1人に1台普及している状況です。携帯電話をもつ子どもも増え、いつでも家族と連絡を取り合えることが子どもたちの利便性や安全の大きな力となっている反面、有害な情報にふれたり、トラブルに巻き込まれたりするケースも増えています。

そこでドコモは、携帯電話の利用にまつわる安心と不安について広くご意見を聞き、安全な携帯電話利用の啓発活動や子どもを危険から守るサービスの改善を目的とし、子どもをもつ方や学生などを対象としたアンケート調査を定期的に行っています。

2008年度も、その結果などを踏まえて、「ケータイ安全教室」(→P22参照)の開催や「アクセス制限サービス」の機能拡充、自治体や警察との連携強化を積極的に進めています。

## 子どもの携帯電話利用についての不安に応えるホットラインを運営

子どもの携帯電話利用に関するトラブルや、利用マナー、適切な料金プランなどのお問い合わせに対応する

「ドコモあんしんホットライン」を運営しています。2008年度は、「アクセス制限サービス」や「イマドコサーチ」などについて約60,000件のお問い合わせをいただきました。

そうしたお問い合わせのなかで、「アクセス制限したら、見たいサイトも見られなくなった」「メールは利用させたいが、サイトアクセスは利用させたくない」という声が多く寄せられたことから、2009年1月からアクセス制限の対象となるサイトやカテゴリの一部について、お客様が個別に閲覧可否を変更できる「アクセス制限カスタマイズ」と、サイトへのアクセスを24時間制限する「Web制限」の提供を開始しました。

## 登下校時のトラブルから子どもを守る「こども110番の店」の取組みを推進

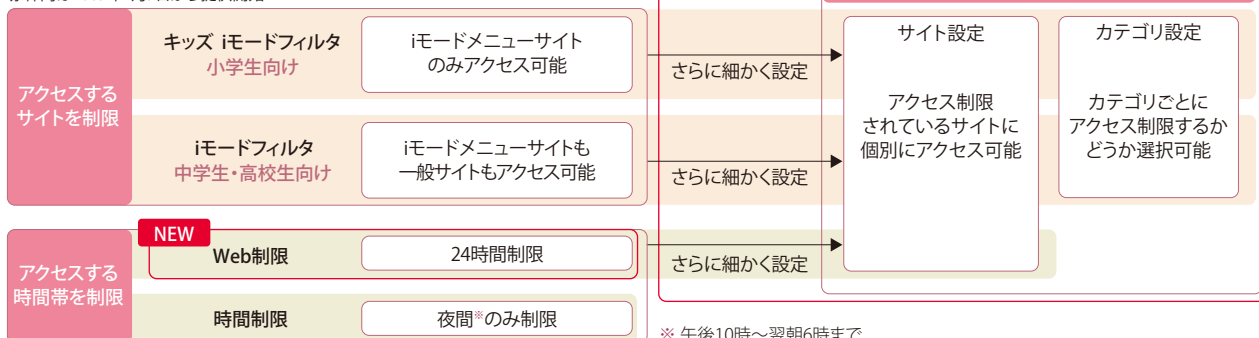
近年、子どもたちが学校の登下校時などにトラブルに巻き込まれる事件が多発し、社会問題となっています。

そこでドコモでは、全国約2,000店のドコモショップをトラブルに巻き込まれそうになった時に駆け込み、助けを求めることができる「こども110番の店」として子どもたちを犯罪から守る取組みを進めています。

「こども110番の店」ではそれぞれ、「一時保護」「警察や学校への通報」など、自治体の「こども110番」に関する運用ルールなどに準じて具体的な対応を定め、子どもたちの保護に努めています。

### 「アクセス制限サービス」の機能拡充内容

赤枠内は2009年1月9日から提供開始





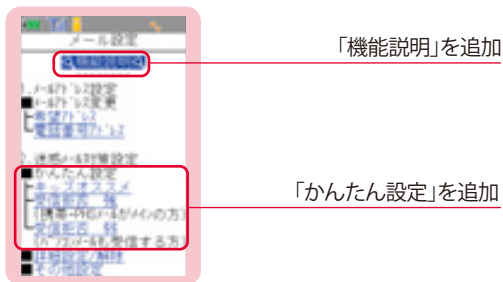
## 迷惑メールへの対応

### 迷惑メールの撲滅に向けて 対策機能の強化を継続

お客様に「iモードメール」を安心してご利用いただくために、「迷惑メールを送信させない」「メールアドレス収集目的の宛先不明メールをブロックする」「迷惑メールを受け取らない設定機能を提供する」という方針のもと、迷惑メール対策機能の強化に継続的に取り組んでいます。

2008年度は、そうした機能をより簡単にご利用いただけるよう、メール設定画面の構成を改善しました。

#### 改善後のメール設定画面



## 不正利用の防止

### 行政や他の携帯電話事業者とともに 振り込み詐欺の防止対策を強化

振り込み詐欺の被害が増加し、大きな社会問題となっていることを受けて、2008年度、不正契約された携帯電話・PHSを用いた振り込み詐欺の防止を強化するために、行政や他の携帯電話事業者などととともに次の対策を実施しました。

#### 今後の取組み

- 「ケータイ安全教室」を2009年度中に約6,000回開催するとともに、全国の小中学校へ「ケータイ安全教室」の映像教材(DVDなど)を約33,000枚無料配布
- 振り込み詐欺対策などを盛り込んだシニア向け「ケータイ安全教室」を開催
- 青少年保護を目的とした「アクセス制限サービス(フィルタリングサービス)」の機能拡充とさらなる普及促進

 ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- 「e-ネットキャラバン」への講師派遣
- 「迷惑電話ストップサービス」の提供
- マナー対策機能・サービスの提供
- 「ドコモ モバイルひろば for kids」の運営
- 「おサイフケータイ」のセキュリティ確保

## 2008年度に実施した振り込み詐欺防止対策

### 受付審査の強化

- 個人契約の利用料金の支払方法を原則としてクレジットカードまたは銀行口座引落に限定。ドコモショップなどの店頭でクレジットカードやキャッシュカードを確認。
- 警察から本人確認の求めがあり、本人確認に応じていただけない利用停止となった回線に関する契約者情報を事業者間で共有、受付審査に活用。

### 警察への情報提供

- お客様に事前に説明した上で、運転免許証などの本人確認書類に偽造などの疑いがある場合はその情報を警察に提供。

## 情報セキュリティの確保

### システムセキュリティの強化と研修で 個人情報漏えいの防止を徹底

5,500万の個人・法人のお客様情報をお預かりする会社として、情報漏えい防止のためのセキュリティ対策にはとくに力を入れています。

お客様情報を管理するシステムは、使用できる社員を最少限とし、担当者ごとに取り扱える情報を制限しています。その上で、システムを利用するさいは都度生体認証※1を必須とし、利用履歴のチェックも定期的実施しています。さらに、情報を暗号化して管理することで、無断で持ち出されても意味をなさないものとしています。

そうした対策とともに、社員の個人情報保護に対する意識の向上を図るために、2008年度も派遣社員を含むすべての社員・役員に年1回以上の研修を実施しました。

あわせて、ドコモショップに対する取組みとして、情報管理が適切になされているかの確認を毎月行っています。

※1 生体認証: 指紋、顔、声などの身体的特徴によって、利用者本人であるかどうかを確認する仕組みです。パスワードに比べ、原理的になりすましにくい認証方式です。

# 安心・安全につながる新しい取り組み

## 2008年度の 主な取り組み

- 「迷子探しサービス」「こどもモニタ」などの新たなサービスを開発
- 安心・安全な社会の実現を見据えた研究開発や調査・研究を実施

### 子どもの安全を守る製品・サービスの開発

#### 国内最大級のショッピングセンターで 「迷子探しサービス」の提供を開始

2009年2月から、埼玉県越谷市にある国内最大級のエコ・ショッピングセンター「イオンレイクタウン」で、子どもの居場所が検索できる「迷子探しサービス」を開始しました。

このサービスは、屋内基地局設備MCS※1と子どもにあらかじめ貸し出した迷子探しキット（位置情報端末）によって、保護者が「iモード」などのインターネット接続サービスを利用して、子どもがいるエリア・階数を確認できるサービスです。さらに、ショッピングセンターの従業員が迷子を発見した場合、には、キット貸出時に登録したIDをもとに、保護者を判別してお呼び出しすることもできます。

インターネットに接続でき、Flash※2を表示できる携帯電話があればご利用いただけることから、子どもを連れて安心して買い物をしたいというお客様が気軽にご利用になれるサービスとして期待されています。



「迷子探しサービス」の  
ログイン画面イメージ

※1 IMCS：高層ビルや地下街など携帯電話が使づらい場所での通話を可能にするシステムです。

※2 Flash※：主に画像や動画、音声などの制作に使われるソフトウェアや、それによってつくられたコンテンツの総称です。

#### 学校・学習塾向けのASPサービス 「こどもモニタ」を開発

学校の登下校時などにおける子どもたちの安全を守るために、学校・学習塾向けのASP※1サービス「こどもモニタ」を開発し、2009年4月から提供を開始しました。

同サービスは、子どもが登下校時に携帯電話を操作することで、登下校したことを保護者にメールで通知できる「登下校通知機能」、子どもが任意の場所で携帯電話を操作することで、保護者に居場所をメールで通知できる「位置通知機能」、学校からの連絡事項を保護者や生徒にメー

ルで配信できる「学校連絡機能」などを用意。子どもを見守る学校・学習塾の教師や保護者に安心を提供しています。

※1 ASP：Application Service Providerの略。アプリケーションソフトをインターネットを介したサービスとして提供する事業者のことです。



「こどもモニタ」アプリの  
画面イメージ

### 社会の持続的発展に貢献するサービスの提供

#### 医療・環境・金融の分野で 新しい仕組みの構築に注力

医療・健康、環境・エコロジー、安心・安全といった、社会が持続的に発展していく上での課題解決に携帯電話を通じて貢献するための「ソーシャルサポートサービス」の実現をめざしています。

具体的には、モバイルの貢献が大きく、ビジネス的に親和性が高い医療・健康、環境・エコロジー、金融・決済、安心・安全、教育の5つの分野において、情報流通を効率化するソーシャルプラットフォームを構築していきます。2009年度は医療・健康分野において、モバイルを活用したパーソナルな医療情報の配信基盤の構築を進めるほか、環境・エコロジー分野ではセンシング技術とモバイルの融合による情報基盤の構築、また、金融・決済分野ではサービスの多様化に注力していきます。

### 将来を見据えた研究開発

#### より豊かなモバイルコミュニケーションの 実現をめざし、研究開発活動を推進

最新のモバイル技術を活用した携帯電話や携帯情報端末は、社会の発展に大きく貢献する仕組みであり、それらが社会において果たす役割は計り知れません。ドコモは、「FOMA」が採用している第3世代携帯電話の通信方式W-CDMAの開発や、パケット通信網の構築による「iモード」

サービスの開発に代表されるように、より豊かなモバイルコミュニケーションの実現をめざして、さまざまな研究開発活動を積極的に推進し、その成果を発信し続けています。

2008年度は、7月に開催された「ワイヤレスジャパン2008」で、次世代の高速通信規格LTEに関する技術や、「インテリジェント電池パック※1」などの電池に関する安全性を向上させる技術などを紹介。また、9月～10月に開催された「CEATEC JAPAN 2008」においても、LTEをはじめ、「プロジェクターケータイ※2」などの将来技術に関する出展を行いました。

※1 インテリジェント電池パック：電池故障診断、電池劣化診断、電池残量計測、製造日時などの各種情報管理機能を組み込んだ電池パックです。

※2 プロジェクターケータイ：プロジェクター機能を搭載した携帯電話です。

## 携帯電話の「光と影」をテーマにした調査・研究に注力

ドコモが運営している「モバイル社会研究所」では、自由で独立した立場から携帯電話の普及がもたらす光と影の両面について解明することを目的に、モバイルコミュニケーションの社会的・文化的影響を調査・研究し、その成果を国内外に発信しています。

### 「モバイル社会研究所」の2008年度の主な調査・研究活動

#### 子どものケータイ利用調査—5ヶ国比較—

日本、韓国、中国、インド、メキシコの9歳～18歳までの6,000人以上の子どもたちとその親を対象にアンケートを実施し、携帯電話の利用実態や普及要因について調査。

#### 携帯電話リサイクルの調査

使用済み携帯電話のリサイクルを促進することを目的に、回収スキーム設計を行ったほか、中国の研究者とも連携し、リユースに関する国際循環システムの構築に向けた課題をさまざまな角度から考察。

### 四川大地震の携帯電話事情調査

中国・四川大地震時における携帯電話サービスの利用実態、携帯電話を利用した救助活動や情報伝達の状況、通信インフラの被害状況などを把握するため、現地調査を実施。さらに日中の社会システムや、通信技術の発展状況、災害救済の対応などを比較検証。

### コラボレーションの活性化に向けた研究

ICT（情報通信技術）を活用した経営で評価の高い企業を事例に社員のコラボレーションの活性化に向けたコミュニケーションのあり方について研究。

参照ウェブ <http://www.moba-ken.jp/research/research2008/>

#### ステークホルダーとの対話

#### 「モバイル社会シンポジウム2009」を開催

「モバイル社会研究所」は、調査・研究成果を発表するシンポジウムを毎年開催しています。2009年3月に行われた「モバイル社会シンポジウム2009」には約150名が来場。調査・研究発表のほか、「次代に向けた課題解決のメディア設計」をテーマに子どもとメディアの関係に詳しい専門家を交えたパネルセッションも行いました。メディアが進化する過程で子どもをどのように受け入れていけばよいかなど、さまざまな意見が出され、活発な議論となりました。



専門家によるパネルセッション

## 今後の取組み

- 子どもの安全を守る製品・サービスを改善・拡充
- 安心・安全な社会の実現に向けたサービス提供や調査・研究開発をさらに推進



ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- 「キッズケータイ F-05A」の発売

# 地球環境を守りながら 事業活動の各プロセスにおいて環境負荷を低減し、お客さまとともに地球環境の保全に努めます。

## 特集 携帯電話のリサイクル推進

携帯電話のリサイクルを推進することで、  
貴重な資源の有効活用と環境負荷低減に取り組んでいます。



回収ボックス

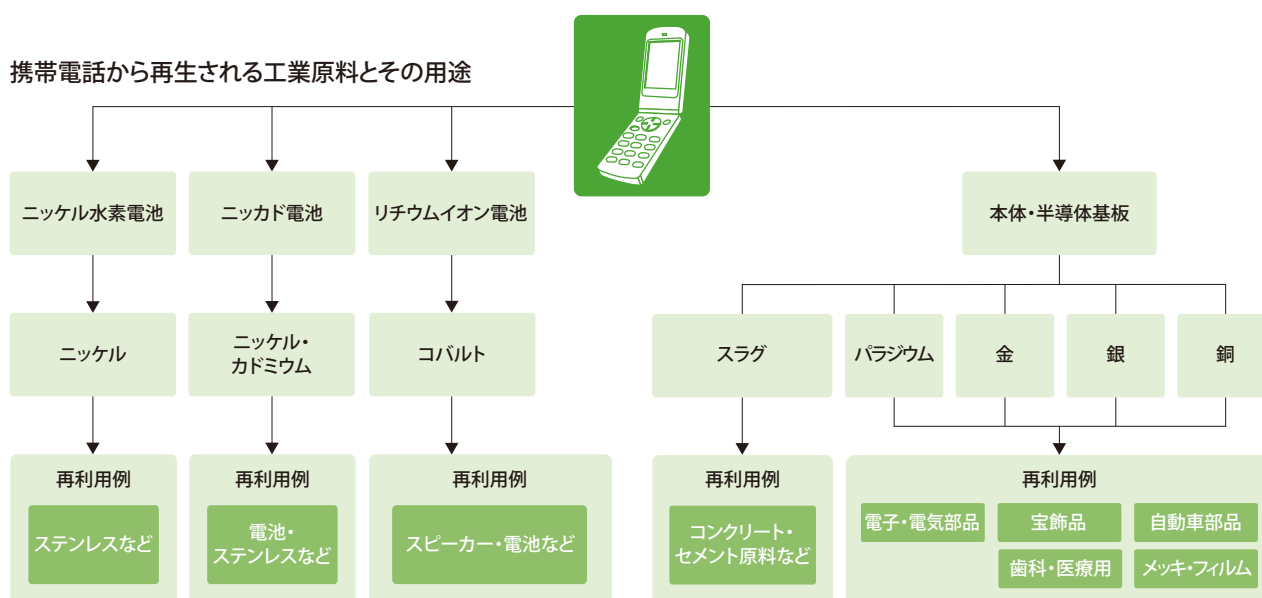
### 貴重な資源を有効活用するために

ドコモは、1998年から使用済み携帯電話の回収とリサイクルに取り組んでいます。2001年には、(社)電気通信事業者協会と連携し、自社・他社製品を問わずに回収する「モバイル・リサイクル・ネットワーク」を構築。お客様の

ご理解とご協力のもと、2008年度は約344万台、累計で約6,878万台を回収しました。

回収した携帯電話は、リサイクル処理を行い、貴重な資源である金、銀、銅、パラジウムなどを再生しています。また、リサイクル工程から生じる残りかすはセメント原料として、プラスチックについては補助燃料や再生プラスチックとして活用されています。さらに、リサイクルによる売却

### 携帯電話から再生される工業原料とその用途





代金の一部を活用して海外での植林活動などの環境保全活動を行っています。

## 安心して回収にご協力いただくために

お客様に安心して回収にご協力いただけるよう、ドコモショップの窓口では、専用工具を使ってお客様の目の前で携帯電話を破砕するなど、個人情報保護を徹底しています。

なお、「電話帳お預かりサービス」をはじめ、「ドコモケータイdatalink」、バックアップ専用端末の「DOCOPY（ドコピー）」などをご利用いただき、お客様に合った方法で大切な情報を保存していただけます。



専用工具を使った携帯電話の破砕

## 回収に関する周知活動を強化

使用済み携帯電話のリサイクルをいっそう推進していくために、ドコモでは回収に関する周知活動に力を入れています。2008年度は、ドコモショップの窓口「回収PRス

テッカー」を掲示し、「リサイクルご案内シート」によるお客様への周知・PR活動に努めました。

また、一部地域のドコモショップやイベントでは、映像ツールを使ってお客様に携帯電話リサイクルの必要性をPRしています。さらに、ドコモショップスタッフの意識向上を目的に、研修用DVDを配布しているほか、新人スタッフ向け研修には携帯電話のリサイクルに関する内容を盛り込んでいます。

ドコモでは、こうした取り組みの成果を把握し、今後の改善につなげていくために、「プレミアアンケート※1」

で使用済み携帯電話の回収状況や認知度について定期的に調査しており、2008年度の調査で認知度は74.9%となりました。今後もお客様のご協力のもと、携帯電話のリサイクルを積極的に推進していきます。



回収PRステッカー



リサイクルご案内シート

※1 プレミアアンケート：ドコモの製品やサービスの改善・向上に役立てるため、お客様にご意見やご要望をお伺いしている調査です。

### ドコモショップスタッフの声

#### 「ケータイリサイクル」をご紹介して地球環境保全に貢献していきます

エコ活動に対するお客様の認知度が上がり、日々携帯電話の回収にご協力頂いております。お客様から回収された携帯電話がリサイクルされているという事で、環境問題への取組みに協力でき、とてもうれしく思います。私も、限りある資源を無駄にせず日々の暮らしのなかで効率的に活用していきたいです。今後も、より多くのお客様に「ケータイリサイクル」について知っていただくため、不要になった携帯電話のリサイクル方法についてわかりやすく説明することで、地球環境保全に貢献していきたいと考えています。



ドコモショップ八重洲店  
嶋村 容子 さん

### 社員の声

#### お客様の認知度向上に向けてドコモショップでのご案内を強化しています

携帯電話のリサイクルにはお客様のご協力が欠かせないことから、2008年度は、そのための取組みに注力しました。とくにお客様との接点となるドコモショップでの説明が重要と考え、専用ツールやPRステッカーを配備したほか、リサイクル映像の配信を一部のドコモショップで始めました。近年の社会動向として、携帯電話のリサイクルがますます注目されるなか、より多くのお客様にご協力いただけるよう、今後も積極的に取り組んでいきます。



社会環境推進部 環境担当  
大倉 さとみ

- 全社員を対象に環境一般研修を実施
- グループ28社で環境監査を実施

「ドコモ地球環境憲章」の3つの柱に基づいて環境保全活動を推進

## ドコモ地球環境憲章(基本理念・基本方針)

環境に配慮した事業の実践

- モバイルマルチメディアの提供を通して、積極的に環境に配慮した事業を推進します。
- 事業活動全般において、温室効果ガスの排出を抑制するとともに、有害物質の適正管理、3Rの推進（リデュース、リユース、リサイクル）による省資源を推進します。

## 環境マネジメントの強化

- 環境法規制を適切に順守するとともに、環境マネジメントシステムを通じて、リスクを未然に予防し、パフォーマンスを継続的に改善します。

## 環境コミュニケーションの推進

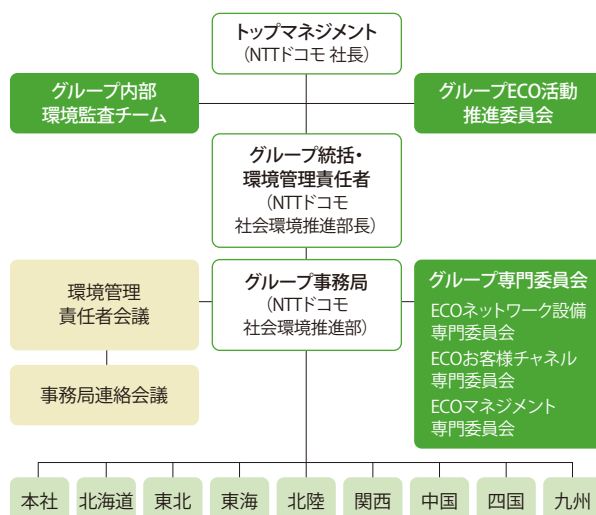
- 調達・研究開発・販売・アフターサービスのプロセスを通じ、ビジネスパートナーと協働して環境活動を推進します。
- ドコモグループの環境活動を理解してもらうために、正確な環境情報を開示するとともに、フィードバック情報を環境活動の改善に活かします。
- 社員への環境教育や各階層・部門間とのコミュニケーションを活用して、環境マインドを高めます。

EMSを統合し、グループ全体で  
環境保全活動を効率的に推進

通信設備の省電力化や使用済み携帯電話の回収などの環境保全活動をグループ全体で効率的に進めていくために、グループ各社が独自に構築していたEMS（環境マネジメントシステム）を2007年に統合し、環境目標もグループで統一。2008年1月には、EMSに関する国際規格ISO14001の統合認証を取得しました。

EMS推進体制としては、EMSに関する最高意思決定機関として代表取締役社長が委員長を務める「グループECO活動推進委員会」のほか、グループ共通の環境目標の設定を担う「グループ専門委員会」、EMSの実務管理を担う「環境管理責任者会議」などを設置しています。

## 環境マネジメント推進体制



## 主な組織の位置づけ

- グループECO活動推進委員会:グループのEMSに関する最高意思決定機関。
- グループ専門委員会:グループECO活動推進委員会の諮問機関。
- 環境管理責任者会議:各地域の環境管理責任者で構成されるグループECO活動推進委員会の諮問機関。
- グループ内部環境監査チーム:グループ各社の事務局を中心として構成された内部環境監査チーム。監査プログラムに従い、監査を実施。

## 環境負荷の低減に向けて 独自のガイドラインを策定・運用

「製品の調達」「研究開発」「建物の建設と運用」の3項目についてドコモ独自のガイドラインを策定し、環境負荷の低減に取り組んでいます。

### ガイドラインの主な内容

- **グリーン調達ガイドライン**  
環境に配慮した製品の調達に関する指針を規定。
- **グリーンR&Dガイドライン**  
製品やシステムなどの研究開発における環境負荷の低減に向けた指針を規定。
- **建物グリーン設計ガイドライン**  
建物の建設・運用におけるエネルギー消費や廃棄物の抑制に向けた指針を規定。

## 公正かつ厳正なグループ環境監査を実施し、EMSを継続的に改善

EMSを適切に運用していくために、環境監査員を養成し、公正かつ厳正な環境監査を実施しています。また、その結果に基づいてEMSを見直し、継続的な改善を図っています。

2008年度は、10月～11月にかけてグループ28社で監査を実施しました。

## 豊富な研修プログラムを用意し、 役職と業務に応じた環境教育を実施

社員が自主的に環境活動に取り組み、またそれを事業活動にも活かせるよう、役職と業務に応じた環境教育を行っています。

環境教育では、社員が知識の蓄積や意識向上を図れるよう、専門的な研修プログラムを数多く用意しており、今後にもさらに充実させていく予定です。

受講者数一覧 (2008年度)

(単位:名)

研修名	受講者数
環境一般研修	44,120
エコマネージャー・エコスタッフ研修	2,189
環境法規制順守評価研修	677
統合EMS内部環境監査員実践研修	278
統合EMS内部環境監査員養成研修	242

### グリーン調達の推進

## サプライヤーとの連携のもとで グリーン調達を推進

サプライヤーの理解と協力のもと、グリーン調達を推進しており、安全で環境に配慮した製品を積極的に調達しています。

また、新規調達品について環境影響評価を実施するとともに、サプライヤーに対してRoHS指令※1への準拠などを要請しています。

※1 RoHS指令: 電気電子機器への有害物質の含有を禁止するEUの規制です。

参照ウェブ <http://www.nttdocomo.co.jp/corporate/disclosure/procure/>

### 今後の取組み

- 社員向け環境教育を継続実施し、社員の環境マインドをさらに向上
- 公正かつ厳正な環境監査を実施し、EMSを継続的に改善

 ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- 法改正への迅速な対応
- PCB廃棄物の適正管理
- 環境配慮型印刷用紙の使用
- 環境会計

## 環境目標／事業活動にともなう環境影響

## 環境目標

## 専門委員会でグループ共通の環境目標とアクションプランを設定

事業領域ごとに「ECOネットワーク設備専門委員会」「ECOお客様チャネル専門委員会」「ECOマネジメント専門委員会」という3つの専門委員会を設けています。

各専門委員会で環境課題の抽出や、中期目標・年度目

標、アクションプランの設定・管理を行い、それらをグループ共通の取組み目標に設定し、組織横断的に地球環境負荷の低減に取り組んでいます。

## ECOネットワーク設備専門委員会

2010年度中期目標	2009年度目標	目的達成のための主なアクションプラン
2010年までに温室効果ガス排出量を117万t-CO <sub>2</sub> 以下に削減	環境に配慮した個々の取組みを継続的に推進する	ネットワーク設備形態のエコ化を図るため、光張出し局の積極導入を図りCO <sub>2</sub> 削減を推進する 高効率の電源・空調装置の導入により、変換損失を低減させCO <sub>2</sub> 削減を推進する 環境に優れた新技術を取り入れCO <sub>2</sub> 削減を推進する ソーラーシステムを導入する
NTTグループ目標『2010年までに最終廃棄量を1990年レベルの15%以下に削減する』の達成に向け、廃棄物削減に向けた各種取組みを推進する	環境に配慮した個々の取組みを継続的に推進する	ネットワーク設備の産廃リサイクルの維持・継続と建設廃棄物リサイクル率の高い業者への処理を依頼することにより建設廃棄物のリサイクルを推進する

## ECOお客様チャネル専門委員会

2010年度中期目標	2009年度目標	目的達成のための主なアクションプラン
環境配慮型携帯商品の開発・販売を推進する	環境に配慮した商品（携帯電話・周辺機器）の開発・提供	環境に配慮した携帯電話・周辺機器の商品化、取扱説明書の環境負荷軽減を推進する
使用済み携帯電話回収の認知度を向上させる	使用済み携帯電話回収の認知度を80%以上に向上させる	不要になった携帯電話の廃棄方法についてお客様へ適切な説明を行う 総合カタログ・請求書同封物・ウェブサイトなどへ情報を掲載する 「プレミアムアンケート」により回収認知度を把握する
使用済み携帯電話・電池などの回収を推進する	回収拠点の拡大を図る	使用済み携帯電話の回収状況を把握する ドコモショップでの回収拠点の拡大を図る ドコモショップ以外での回収拠点の拡大を図る
トータルモバイルソリューションによるシステム受託を推進する	全国法人営業ラインが一体となって環境保全に配慮したシステム受託活動を推進し、CO <sub>2</sub> 削減に貢献する	「FOMAユビキタスマジュール」の導入によりCO <sub>2</sub> 削減を推進する
●販売ツールの廃棄物排出量の削減 ●環境配慮型販売ツール作成を推進する ●販売ツールのクローズドリサイクルシステムを確立	●総合カタログの廃棄数を削減する ●作成するカタログ・パンフレットの実績を把握する ●クローズドリサイクルシステムの確立に向けた検討を推進する	総合カタログの廃棄数を前年度に対して10%削減する 店頭ツールの廃棄数を前年度に対して10%削減する クローズドリサイクルシステムの確立に向け、関連部門との調整を行う
「eビリング」の推進により紙使用量の削減を図る	「eビリング」の純増契約者数を40万件へ拡大する	封筒（請求書）にPR文言を掲載することにより認知度向上を図る
積極的な環境PR並びに情報公開に努め、環境に関するブランドイメージの向上を図る	環境への取組みについて、各種媒体を有効に活用し、アカウンタビリティの強化を図る	環境に関するコミュニケーションを展開する 環境情報（CSR報告書）を社外へ発信する 携帯電話回収リサイクルを活用した社会貢献活動を実施する

## ECOマネジメント専門委員会

2010年度中期目標	2009年度目標	目的達成のための主なアクションプラン
2010年までに温室効果ガス排出量を117万t-CO <sub>2</sub> 以下に削減	オフィス系数値の測定、管理を推進する NTTグループと連携した自然エネルギーの導入を推進する	全社統一した「オフィスの省エネに関する活動計画」による各種活動を実施する 「NTT-グリーンLLP」を活用し、ソーラーシステムの導入を推進する
環境コミュニケーションの活用でドコモグループのエコ活動を正しく知ってもらう	環境コミュニケーションを通じてドコモグループの環境マインドを高める	「ecoモードクラブ」を活用したエコマインド向上施策を実施する ドコモ全体でレジ袋を削減する（年度目標：120,000枚） 家庭における「我が家の環境大臣」の活用を推進する CSR報告書（冊子・ウェブ）の配布を通じた啓発活動を展開する 一般研修期間中の受講率を前年度実績より1%増加させる
2012年までに全国47都道府県に「ドコモの森」を設置し環境保全活動を推進する	2009年度中に全国47都道府県に「ドコモの森」を設置する	和歌山県、富山県、島根県、岐阜県、静岡県、沖縄県で設置を進める
ICTサービスによる2010年度の環境貢献量を530万t-CO <sub>2</sub> 、環境貢献度を2.9とする	ICT効果を高める研究開発を実施し、効果測定の精度を高める体制を構築する	ICT効果測定を推進する 研究・サービス・システム開発における環境アセスメントを検討する



## 事業活動にともなう環境影響

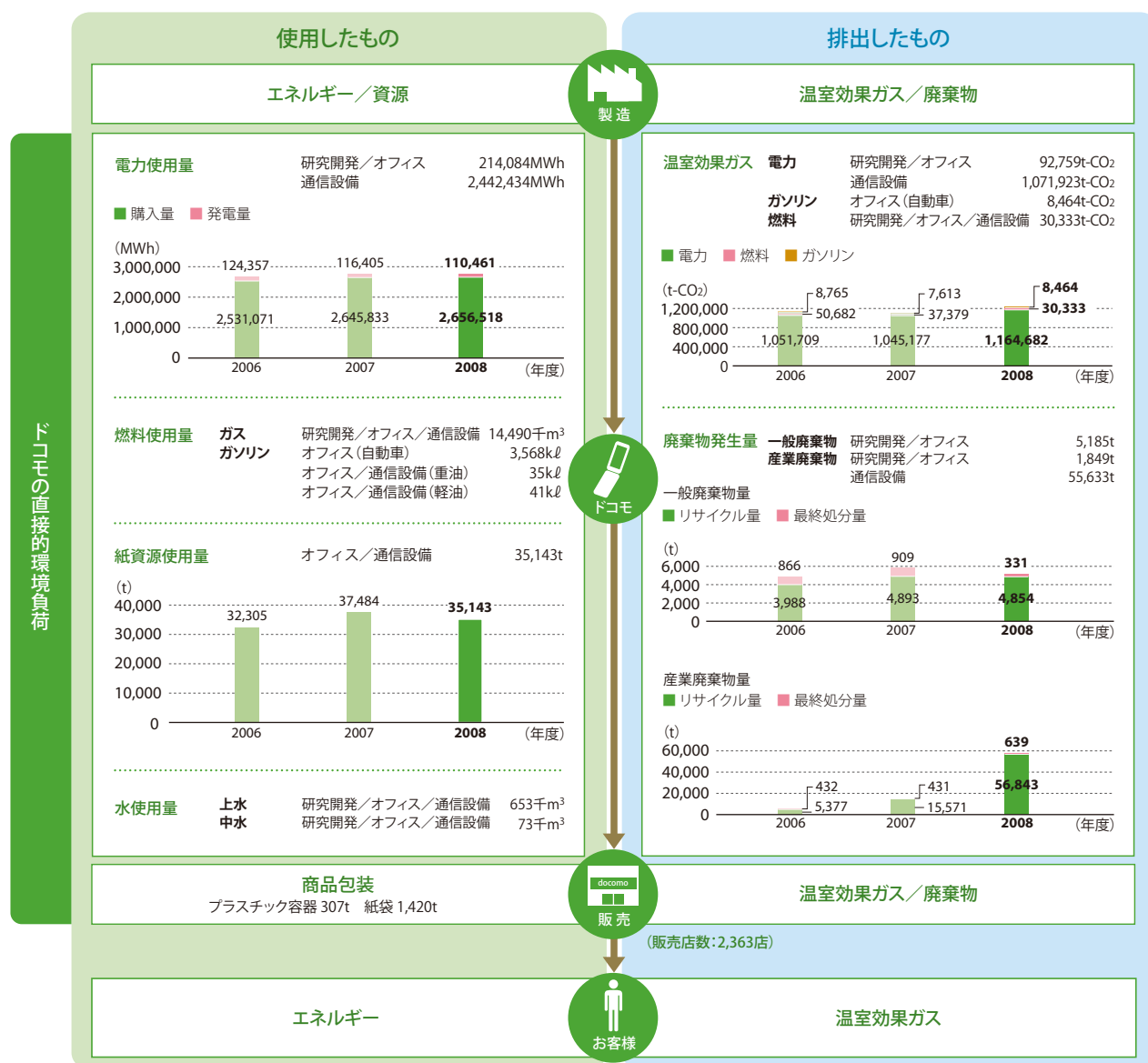
## 事業活動にともなう環境負荷を把握し、その低減に注力

事業活動の各段階における環境負荷を把握し、その負荷の低減に努めています。

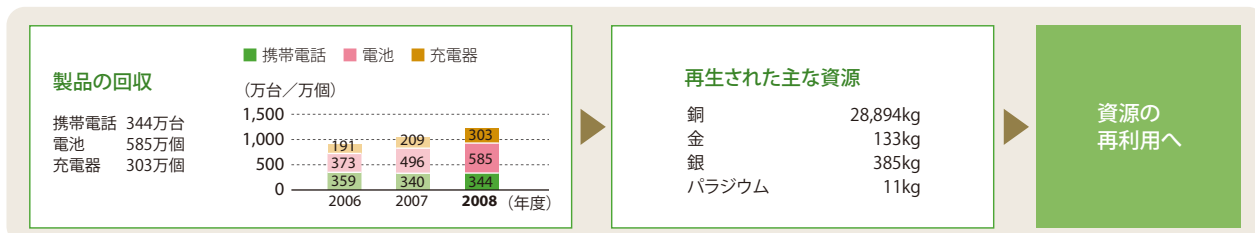
また、そうした事業活動における環境負荷の低減だけ

でなく、使用済み携帯電話のリサイクルなどにも積極的に取り組んでいます。

## マテリアルバランス



お客様の手元から回収してリサイクルするまで(契約数:約5,500万)



# 設備の環境負荷低減

## 2008年度の 主な取組み

- 光張出し局、省電力装置、高効率の電源・空調装置の導入を推進
- 最先端の省エネ技術の実用化に向けた検証用データセンター「立川ICTエコロジーセンター」を構築
- CO<sub>2</sub>排出権付きストレージの利用を開始

## 地球温暖化の防止

### 省電力装置や効率的で電力ロスの小さい電源装置を導入し、CO<sub>2</sub>排出量を改善

ドコモは、温室効果ガス排出量の削減に向けた施策を実施していますが、「FOMA」契約者数の増加に対応し、お客様へのサービス品質の向上を図るため、通信設備の拡充も進めています。そのため、電力使用量が年々増加傾向にあり、従来からの温暖化対策だけを継続した場合、2010年度のCO<sub>2</sub>排出量は137万t-CO<sub>2</sub>になると予測しています。

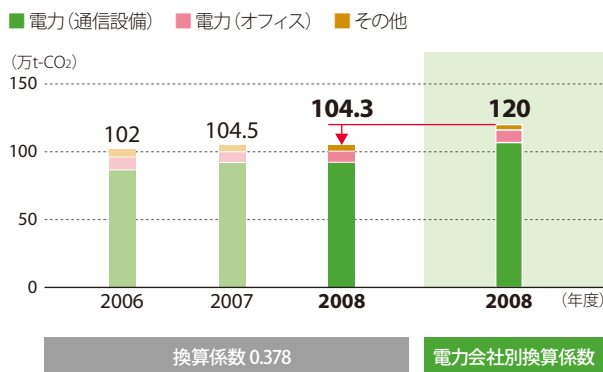
このような状況のなかで、環境負荷低減にいつそう努めるために、同年度のCO<sub>2</sub>排出量を予測値より15%少ない117万t-CO<sub>2</sub>以下とする目標を掲げており、省電力装置や高効率電源装置の導入などを積極的に進めています。

2008年度は、小型・低消費電力の光張出し局※1や、交流から直流に変換するさいの電力ロスを減らす高効率整流装置の導入を実施しました。その結果、CO<sub>2</sub>排出量は120万t-CO<sub>2</sub>となりました。

なお、温室効果ガス排出量を算出するにあたり、国が認めた電気事業者のCO<sub>2</sub>換算係数を使って算出しています。

※1 光張出し局：主装置（親局）と別の場所に置き、光ケーブルで結んだ子機のみ設置した基地局です。

### CO<sub>2</sub>排出量の推移



## トピックス

## TOPICS

### 最先端の省エネ技術の実用化に向け 検証用データセンターを構築

ドコモは、NTTグループの21世紀に向けた環境保護活動の基本コンセプト「NTTグループ・エコロジー・プログラム21」に基づく取組みとして、2009年2月からNTTファシリティーズと共同で「ICT（情報通信技術）エコロジープロジェクト」を進めています。

このプロジェクトでは、「直流対応ICT機器の導入」「ICT機器と空調設備の連係制御による省エネルギー化技術」「ICT機器の消費電力制御技術」など最先端の省エネ技術を活用した検証用データセンター「立川ICTエコロジーセンター」を構築しました。

検証過程で得られた成果を活かして通信設備やデータセンターにおけるCO<sub>2</sub>排出量を従来の設備構築手法に比べて50%削減することをめざしています。

今後も、継続的に実用化検証を行い、通信設備などに適用していくことで、省エネルギー化とCO<sub>2</sub>排出量削減による環境負荷低減に積極的に取り組んでいきます。



立川ICTエコロジーセンター

### NTTグループ各社とともに、 ソーラーシステムの導入をさらに推進

NTTグループは、地球温暖化防止に向けた取組みを強化するため、2008年5月、ソーラーシステムを中心とした自然エネルギーの利用を促進する施策「グリーンNTT」を発表しました。これまでNTTグループは、112ヶ所にソーラーシステムを設置し、合計1.8MWの電力を発電していますが、「グリーンNTT」では、2012年までにシステムの設置数を増やし、発電量を5MWまで拡大するという目標を策定したほか、NTTグループ内に自然エネルギーの利用を普及させるための組織として、NTTグループ各社が出資する「NTT-グリーンLLP（有限責任事業組合）」を設立しました。

ドコモも、NTTグループの一員として積極的に自然エネルギー利用を推進しており、2012年までに発電量を900kWまで拡大していく計画です。



ソーラーシステム

## CO<sub>2</sub>の排出量を実質ゼロにできる 排出権付きストレージを利用

2009年2月からCO<sub>2</sub>排出権が付いたストレージ※1をEMCジャパン(株)からリースし、利用することとしました。

これは、ストレージのリース元が、諸外国から取得した排出権を、ドコモの排出権として充当するという仕組みです。これによって、ドコモがストレージを利用することで発生するCO<sub>2</sub>排出量を利用開始から3年間実質的にゼロにすることができます。

ドコモとして初めての取組みであることからCO<sub>2</sub>排出量削減施策としての有効性を検証し、今後の導入拡大を検討していきます。

※1 ストレージ: データやプログラムを記憶する装置です。

### 廃棄物の削減

## 廃棄物発生量の削減と、 リユース・リサイクルを積極的に推進

ドコモは、携帯電話の開発・販売やネットワーク設備の建設・運用、店舗の運営、オフィスでの業務などで多くの資源

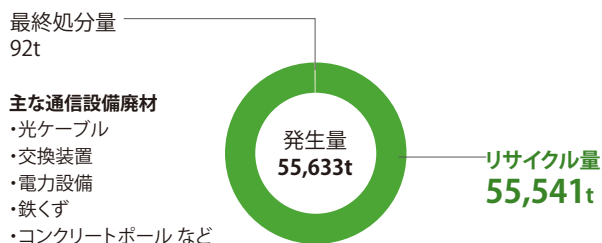
を使っています。それら資源の必要量を正確に把握し、無駄なく大切に使うことにより廃棄物の最終処分量をゼロに近づけることをめざしています。しかし、それでも発生してしまった廃棄物についてはリユース・リサイクルにも取り組んでいます。

例えば、設備などの撤去にともなって発生する光ケーブルや鉄くず、コンクリートポールなどの廃棄物については、可能な限りリユース・リサイクルしています。また、通信設備や建物の新設・更新にあたっては、「建物グリーン設計ガイドライン」に基づき、リサイクル素材やリユース・リサイクルが可能な材料を積極的に使用しています。

そのほか、リサイクルを委託する事業者についても、不法投棄の防止や適正処理の確保、マニフェスト伝票の発行管理を徹底しています。

今後も、NTTグループ全体の目標である「2010年以降の産業廃棄物最終処分量を1990年レベルの85%以上削減」の達成に向けて取り組んでいきます。

### 通信設備廃材のリサイクル量 (2008年度)



※ 2008年度は、PHSサービスに関する通信設備を撤去したことで、前年度に比べて通信設備廃材が増加しました。

### 今後の取組み

- 環境に配慮した通信設備の導入を継続実施
- 検証用データセンター「立川ICTエコロジーセンター」での最先端の省エネ技術の実用化に向けた取組みを継続
- ソーラーシステムなど自然エネルギー利用設備の導入を促進

 ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- 社用車の低公害車への切替え
- 全オフィスの環境負荷削減に向けた統一手順書の策定
- 「チーム・マイナス6%」への参加
- オフィスや店舗での紙使用量削減・廃棄物リサイクル

# お客様とともに進める環境活動

## 2008年度の 主な取り組み

- 携帯電話のリサイクルについてドコモショップ店頭での周知を強化
- 総合カタログ制作数の適正化を図り、廃棄量を削減
- 「DCMX」の「Web明細サービス」を開始

## 地球温暖化防止への貢献

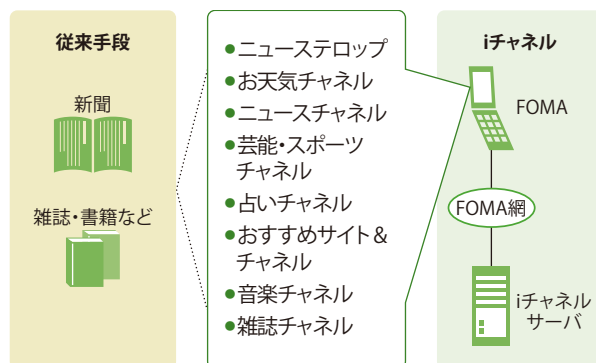
### ICT（情報通信技術）の活用による 環境負荷低減への貢献

ICTを活用することによって、モノの削減や資源・エネルギー利用の効率化が可能になり、CO<sub>2</sub>排出量を削減することができます。

例えば、ニュースや気象情報など各種情報を入手する手段として、「FOMA」による「iチャンネル」サービスを利用した場合のCO<sub>2</sub>排出量を従来メディアによる場合とLCA（ライフサイクルアセスメント）※1により比較した場合、平均的な「iチャンネル」サービス利用者で、年間約2kg-CO<sub>2</sub>が削減されるという結果が得られました。

この結果を当該調査における「iチャンネル」利用者数全体で考えてみると、杉の木約236万本分※2に相当し、ドコモ

#### 「iチャンネル」による情報提供イメージ



※ 本評価結果に用いた「iチャンネル」サービスの利用は、イメージ図8項目を対象としています。評価に用いたデータは、2007年11月～2008年10月の1年間利用データ実績です。

#### ステークホルダーとの対話

#### NACS環境委員会との意見交換会を開催

2008年11月、消費者問題の専門家団体である（社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（NACS）の環境委員会との意見交換会を開催しました。ドコモからは10名が参加し、持続可能性を意識した製品づくりなど、さまざまなテーマに関する活発な対話を行いました。

が2010年度の目標として掲げている環境貢献量※3（530万t-CO<sub>2</sub>）の約0.6%に相当します。

※1 LCA（ライフサイクルアセスメント）：製品の製造から廃棄までのすべての段階での環境負荷を定量的に評価する手法です。

※2 環境省・林野庁「地球温暖化防止のための緑の吸収源対策」に基づき、「杉の木1本あたりのCO<sub>2</sub>吸収量＝14kg/本・年」として算出しています。

※3 環境貢献量：「ICTサービスで削減されるCO<sub>2</sub>量」－「ICTサービスの提供で排出されるCO<sub>2</sub>量」のことです。

## 省資源の推進

### 請求書や明細書を電子化し、 用紙の使用量を削減

#### 「eビリング」

口座振替やクレジットカードで携帯電話の利用料金をお支払のお客様を対象に、月々の請求額などを「iモード」やウェブサイトで確認できるサービス「eビリング」を提供しています。2008年度の同サービス契約数は、前年度比約43万件増の約408万件で、A4用紙に換算すると前年度より約900万枚多い約1億7,824万枚が削減されました。

#### 「Web明細サービス」（クレジットサービス「DCMX」）

2009年2月、クレジットサービス「DCMX」の利用代金明細書をウェブサイトで確認できる「Web明細サービス」を開始しました。「DCMX」新規会員のうち5割を超すお客様にご利用いただいています。

### 循環再生紙の使用とカタログなどの 廃棄数削減を推進

ドコモは、自社が廃棄した紙を再生してつくられた循環再生紙の使用を推進しています。2007年度から試験的に開始し、2008年度はCSR報告書や卓上カレンダー、環境リーフレット「ドコモ環境BOOK」に循環再生紙を採用しました。

また、カタログやパンフレットなどの必要数を正確に把握し、制作数の削減に努めています。2008年度は総合カタログの廃棄数について前年度比38%削減することができました。



## 環境配慮型携帯電話の開発

### 環境に配慮した素材を 携帯電話の付属品に採用

リサイクルABS樹脂※1や植物性プラスチックなど、環境に配慮した素材を携帯電話の付属品の一部に使用しています。環境負荷低減のために、今後も使用拡大を検討していきます。

※1 ABS樹脂：アクリルニトリル、ブタジエン、スチレンを原料とする合成樹脂です。

### 省電力化に貢献する 携帯電話の開発を推進

ドコモは携帯電話の省電力化に取り組んでいます。

2007年11月に販売を開始した「905iシリーズ」以降の一部機種には、消費電力の低減に貢献する最先端の集積回路を搭載しています。また、太陽の光で充電できる「docomo STYLE series SH-08A」を2009年9月以降に発売する予定です。

## 環境保護への貢献

### 森林整備を通じて社員や家族の 環境保護意識を高める「ドコモの森」

1999年から「ドコモの森」づくりに取り組んでおり、林野庁の「法人の森林」制度※1と(社)国土緑化推進機構の「緑の募金」制度※2や各自治体の森林などを活用して全国各地で森林の整備活動を進めています。

「ドコモの森」とは、社員やその家族が、下草刈りや枝払いなどの森林整備を通じて、自然とふれあいながら環境保護やボランティアに対する意識を高めることを目的とした自然保護活動です。また、小学生を対象とした環境教育を各

地の「ドコモの森」で実施するなど、地域の方々との交流にも活用しています。

2008年度は、新たに鳥取県、北海道、大分県、福島県、兵庫県、宮崎県の6ヶ所に「ドコモの森」をつくり、2009年3月末時点で累計全国43ヶ所、総面積約183ヘクタールとなりました。2009年度中には、全国47都道府県すべてに「ドコモの森」をつくる予定です。



「ドコモの森」活動模様

※1「法人の森林」制度：林野庁と法人が森林を育成・造成し、伐採後の収益を分け合う制度です。

※2「緑の募金」制度：緑の保全、森林の整備、緑化の推進、緑を通じた国際協力などの森林づくりのための募金事業です。

### お客様の協力のもとで取り組む フィリピンPLDTグループとの植林活動

出資先であるフィリピンの電話会社PLDTグループと共同で、2008年からフィリピンでの植林活動を実施しています。植林を通じてCO<sub>2</sub>排出量の削減や生物多様性の保護に貢献しています。

この活動は、ドコモショップで回収した使用済み携帯電話のリサイクルを通じて得た売却代金の一部を活用したものであり、お客様にも回収に協力いただくことで、資源の有効活用はもちろん、環境保全にもつながります。

2008年度は168,404本の木を植え、植林面積は約138ヘクタールにのびりました。2009年度も、同国で300,000本を植林する予定です。



フィリピンでの植林活動

## 今後の取組み

- 携帯電話のリサイクルについて、認知度向上の取組みをさらに推進
- 販売ツール制作数の適正化を図り、廃棄量をさらに削減

WEB ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- 取扱説明書のスリム化
- 「エコプロダクツ2008」への出展
- 「ユネスコキッズ」の運営
- 使用済み携帯電話の回収・リサイクルを社員に呼び掛け
- 富士山の清掃活動
- 「ecoモードクラブ」の運営
- 各支社の主な取組み

## 社会貢献活動

# NPO法人モバイル・コミュニケーション・ファンドの取組み

ドコモグループは、学術・福祉など幅広い分野への支援事業を通じて社会全体の利益に寄与していくことを目的に、2002年の創立10周年記念事業の一環として、NPO法人モバイル・コミュニケーション・ファンド(以下、MCF)を設立しました。MCFでは現在、主に下記の事業に取り組んでいます。

## 子どもの育成を支援する市民活動団体への助成

次世代の社会を担っていく人材を育成するという観点から、子どもたちの健全な育成を支援しています。

具体的には、家庭内や地域社会のなかで弱い立場にある子どもたちにふりかかる児童虐待をはじめ、非行、不登校、貧困、地域犯罪などの問題に取り組んでいる市民活動団体への助成を実施しています。2008年度は、51の団体に総額2,450万円を助成しました。



助成先団体のイベント実施風景

## 地域に根ざした社会福祉団体の支援

社会が健全に発展していくためには、高齢者や障がいのある方に対する福祉の問題、所得・情報の格差の問題など、社会的課題の解決を図る必要があります。

そこでMCFでは、地域に根ざした社会福祉活動を推進している団体に寄付を実施しています。2008年度は、全国の47都道府県から1団体ずつ、47の団体に総額2,450万円を助成しました。



社会福祉団体への目録贈呈

## アジアからの留学生への奨学金支給

アジアからの留学生に奨学金を支給することで、日本への理解を促進し、日本とアジア各国との良好な友好関係の構築・維持に貢献しています。

奨学金は、日本の大学院修士課程(博士前期課程)に在籍し、通信技術・情報処理技術などの研究に取り組むアジアの国・地域からの私費留学生を対象としています。奨学金の支給額は年間144万円で、支給期間は採用月から2年間です。

2008年度、2009年度ともに20名に奨学金を支給し、これまでにMCFが支援してきた留学生は延べ156名となりました。



留学生の全国交流会

## 「ドコモ・モバイル・サイエンス賞」の授与

日本国内における移動通信技術の発展と若手研究者の育成を目的に、優れた研究成果や論文に対して「ドコモ・モバイル・サイエンス賞」を授与しています。

同賞は、「先端技術部門」「基礎科学部門」「社会科学部門」の3つの表彰部門を設けており、国内の大学や研究機関に所属している研究者から表彰者を選定しています。

2008年度は、10月に東京で授賞式を開催し、「先端技術部門」「基礎科学部門」の優秀賞各1名と、「社会科学部門」の奨励賞2名を表彰しました。



第7回ドコモ・モバイル・サイエンス賞の授賞式



ウェブサイトでは、その他の社会貢献活動も報告しています。

# 社員がいきいきと働けるように

## 2008年度の 主な取組み

- 育児支援制度の充実を図るとともに、「育児退職者の再採用制度」を新設
- 「在宅勤務制度」の本格導入に向けた試行運用を実施
- 経営者が社員の声を聞くキャラバンを実施

## 人材の雇用・処遇

### ダイバーシティを尊重し、 社員がいきいきと働ける土壌を醸成

社員が安心していきいきと働ける企業風土づくりをめざしています。その実現に向けて、社員の多様な属性（人種、性別、年齢、国籍など）や価値観を尊重するダイバーシティの推進、また社員一人ひとりのワークライフバランスを尊重した社内環境の整備に注力。ダイバーシティ推進室を中心に、女性のキャリア開発支援、ワークライフバランスの推進、ダイバーシティの定着を3つの柱として職場の環境づくりを行っています。

また、これらの考えを各種の人事制度にも反映させ、適材適所の配置、能力開発の推進、適正な人事評価などを通じて、社員一人ひとりの能力と意欲を最大限に引き出すよう努めています。

社員数※1（2009年3月31日現在）（単位：名）

	男性	女性	合計
社員数	9,476	1,987	11,463

採用者数※1（2008年度）（単位：名）

	男性	女性	合計
新人採用者数	184	55	239
中途採用者数	5	0	5

役付任用数（主査以上）の男女比率※1（2009年3月31日現在）（単位：％）

	男性	女性
役付任用数（主査以上）	96.1	3.9

## 社員基礎データ※1

平均年齢（2009年3月31日現在）	38.1歳
平均勤続年数（2009年3月31日現在）	16.0年（出向受入者除く）
平均年間給与（2008年度）	807.2万円
平均年間労働時間（2008年度）	1,861時間

※1（株）NTTドコモの数値です。

## 社員の働く環境を継続的に改善

厳しい経済情勢が続くなか、社員が安心して働ける環境を整備しています。とくに2008年度は機能分担子会社において、非正規社員が習得スキルなどに応じてステップアップを図ることができる制度を導入するなど、雇用条件・処遇の改善に努めています。

## 社員の能力開発の支援

### 専門スキルの強化をはじめ能力開発を支援

多様化・高度化するお客様のニーズにお応えするために、企業の根幹である人材の育成に注力し、階層別研修やエキスパート研修など、目的に応じたきめ細かな研修体制を整備しています。

2008年度は、事業運営に必要な専門力を強化する「エキスパート研修」約120コースを実施し、約4,300名の社員が受講。また、各種の資格取得支援として約400コースの通信教育メニューを設け、約1,200名が公的資格登録を申請しました。さらに、上司による研修前の意識づけや研修後の面談といった研修前後のフォローアップや、研修後に携帯電話を用いて研修内容の復習ができる問題を配信することにより社員の主体的な学習を促進。そのほか、組織全体のコミュニケーションのさらなる活性化を目的とした経営幹部と社員との対話、専門分野別の育成計画書の策定などにも取り組んでいます。

## 能力開発プログラム

	管理者	一般社員
階層別研修	マネージャー層向け研修（4コース）	●中堅・リーダー層向け研修（3コース） ●入社3年目研修／入社2年目研修 ●新入社員研修
共通ビジネススキル研修	選択型研修	グローバルIT
業務別専門スキル研修	エキスパート研修（営業系・エンジニアリング系など）	初級エンジニアリング研修
自己啓発	通信教育／資格取得支援／語学スクール支援／TOEIC団体受験	



# 社員がいきいきと働けるように

## 人権啓発の推進

### 差別やハラスメントを防止するための体制を整備し、人権啓発活動を展開

「NTTドコモ人権啓発基本方針」に基づき、「あらゆる差別をしない、させない、許さない」という方針を掲げるとともに、職場での差別やハラスメントを防止するためのガイドラインを策定しています。

このガイドラインのもと、本社には代表取締役副社長を委員長とする「本社人権啓発推進委員会」、支社には支社長を委員長とする「支社人権啓発推進委員会」を設置するとともに、各組織などには人権啓発推進責任者および担当者を配置し、職場における人権啓発活動を展開しています。

2008年度は、「人権啓発推進委員会」で決定した人権啓発施策や人権啓発研修を計画的に実施し、全社員の人権意識のさらなる高揚を図りました。

## ワークライフバランスへの配慮

### 育児支援制度の充実に加え「育児退職者の再採用制度」を新設

仕事と育児を両立しながら働く社員を支援する制度の充実に取り組んでいます。2008年度は、各種の育児支援制度の取得対象期間などを拡大したほか、「育児退職者の再採用制度」を設けました。

なお、そうした各種制度の整備が認められ、2008年6月、次世代育成支援対策推進法に定められた厚生労働大臣の認定マーク「くるみん」を取得しました。

### 2008年度に新設した制度と既存制度の変更内容

- 「育児のための短時間勤務制度」の再取得を許可。
- 子どもを養育する社員の時間外勤務・深夜勤務制限の対象範囲を拡大（「最長満6歳」から「小学3年生以下」に延長）。

各種制度の利用状況（2008年度）

（単位：名）

	男性	女性	合計
出産休暇	—	276	276
育児休職	3	439	442
育児のための短時間勤務	4	367	371
介護休職	4	3	7
介護のための短時間勤務	2	1	3
ボランティア休暇	179	47	226
平均有給休暇取得率	—	—	87%

- 「ライフプラン休暇」取得の理由に育児・不妊治療を追加。
- 育児に専念するために退職した社員（男女とも勤続年数3年以上の社員が対象）の再採用に関する制度を新設。

### 出産・育児を迎える社員を支援する面談とフォーラムを実施

社員が出産・育児期を迎えるにあたって、安心してワークライフバランスを考え、育児支援制度を利用できるよう、面談やフォーラムを実施しています。

例えば、出産休暇の前後には、社員本人、直属上長、ダイバーシティ推進室での三者面談を実施しています。これによって、休暇取得前には、本人だけでなく上長を含む周囲に対して制度への理解を促すとともに、復職後には仕事と子育ての両立に関する不安の払拭とキャリア形成の意識づけを図っています。

また、2008年度は11月に育児休職中の社員を対象として、職場復帰の支援と、仕事と子育ての両立に対する不安の解消を目的に「Win-D※1フォーラム」を開催しました。開催にあたっては、託児サービスを活用して社員が参加しやすい環境を整え、約70名の社員が出席しました。フォーラムでは、最近の事業動向を説明したほか、休職後に復帰した社員を交えて仕事と育児を両立するための工夫などについて意見を交わすグループディスカッションを実施しました。

※1 Win-D：女性役職者で構成されるワーキンググループです。



「Win-Dフォーラム」の様子

### 社員の多様な働き方を支える取組み「在宅勤務制度」の試行を開始

社員の自律的な働き方を促進し、ワークライフバランスを支援するための取組みとして、2008年度、一部の拠点において「在宅勤務制度」を試行しました。

今後、在宅勤務の効果や課題などを分析した上で、2009年度中に本格導入する予定です。



## 心身の健康サポート

### 心の健康管理のために問診や面談、 カウンセリングを実施

ドコモは、厚生労働省の「労働者の心の健康の保持増進のための指針※1」に基づき、「セルフケア」としてメンタルヘルス問診やストレスチェック、「ラインによるケア」として管理者向けの各種研修、「事業内産業保健スタッフなどによるケア」として職場巡視、健康診断などを実施したあとのフォローや全社員面談、長時間労働者に対する面談・指導、「事業場外資源によるケア」として社外カウンセリング窓口の設置など、多方面から社員のメンタルヘルスケアに取り組んでいます。

※1 労働者の心の健康の保持増進のための指針：厚生労働省が2000年8月に策定した労働者のメンタルヘルス対策を推進するための指針です。

#### 各種カウンセリングの利用件数 (2008年度)

(単位:件)

対面カウンセリング	559
直通電話カウンセリング	60
予約制電話カウンセリング	217
メールなどによるカウンセリング	571

### 情報共有と安全対策を徹底し、 労働災害の防止に注力

「安全は何よりも優先する最重要課題」であるとの認識のもと、各事業所に「安全衛生委員会」を設けるとともに、「ドコモ安全対策協議会」「ドコモ安全対策連絡会」を設置し、労働災害の防止に取り組んでいます。

## 社員とのコミュニケーション

### 経営者が現場でスタッフの声を聞く キャラバンを実施

お客様との接点である販売やサービスの現場の意見を尊重することが、お客様満足度の向上につながると考えています。そこで、経営者が現場に足を運び、スタッフの声を聞くキャラバンを実施しています。

2008年度は、7月～2009年3月までの期間で23回実施。社長をはじめ経営者が全国の支店、グループ会社、コールセンター、ドコモショップなど105拠点を訪問し、それぞれの現場の現状把握と課題発掘に努めました。

また、各現場での対話を通じて、経営者は現場の活力を、現場のスタッフは経営者の情熱を肌で知り、会社の方向性について全社で意識を共有することができました。

ドコモではこの取り組みを今後も続けていく予定です。



キャラバンの模様

### 各種の委員会を設置し、 労使間のコミュニケーションを促進

労使間のコミュニケーションを促進するため、さまざまな議題を協議する各種委員会を設置しています。

「交渉委員会」では労働条件、「経営協議会」では経営の基本施策、「ヒューマンライフ向上委員会」では時間外労働の適正化や労働時間の削減など、「安全衛生委員会」では社員の安全対策や健康の維持・増進について定期的に協議を行っています。

#### 今後の取組み

- ワークライフバランスの推進を徹底
- ダイバーシティを尊重するとともに、職場環境の改善を継続推進
- 組織間・社員間のコミュニケーションを活性化

 ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- ダイバーシティに関する研修の実施
- 派遣社員に対する教育研修と勤務管理の適正化
- 多様な国籍の社員の登用
- 障がいのある方の雇用
- 定年退職者への活躍機会の提供
- 社員意識調査の実施
- 中堅社員のキャリアプラン作成支援
- 管理者を対象とした多面評価
- 社内公募制度
- 事業に貢献した社員の表彰
- 社内ベンチャー制度
- 人権をテーマとした標語・ポスターの募集
- 人権に関する社外相談窓口
- 福利厚生充実

# ビジネスパートナーとともに

## 2008年度の 主な取組み

- サービス充実をめざし、ドコモショップを約2,400店舗に拡充
- CSR調達の実施に向けたガイドラインを作成
- 携帯電話端末用の共通ソフトウェア「FOMA端末用オペレータパック」の開発に着手

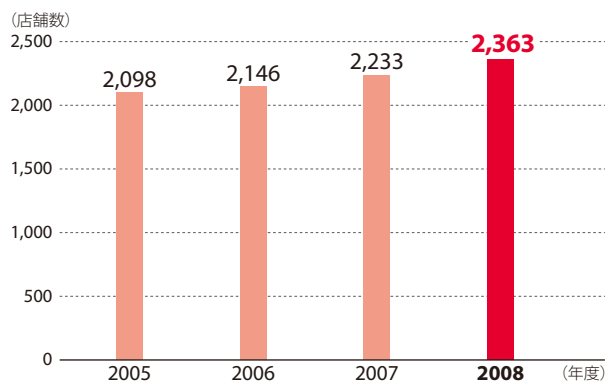
### ドコモショップとともに

#### ドコモショップとの適正な契約を通じて きめ細かなサービス体制を実現

ドコモでは、ドコモショップをはじめとするキャリアブランドショップなどの販売代理店や、量販店を通じてお客様に製品やサービスを提供しています。2009年3月末現在、ドコモショップは全国に2,363店舗ありますが、これらすべての店舗がお客様とドコモをつなぐ非常に大事な接点、かつ事業の最前線拠点となっています。

そうした認識のもと、パートナー関係にある店舗と、適正なフランチャイズ契約を結んでいます。これによって、故障時の即時修理などのアフターサービスをはじめ、地域のお客様のニーズにきめ細かくお応えするサービス体制を整えています。

#### ドコモショップ店舗数の推移



#### お客様への対応の円滑化に向けて ドコモショップを支える体制を強化

お客様にいつそうご満足いただけるようドコモショップをはじめとするサービスフロントのスタッフが働きやすい環境づくりを推進しています。

各種研修の充実はもちろん、新人スタッフでもベテランと同様に最適なお客様対応ができるよう情報システムを整備するとともに、製品・サービスや業務についてのス

タッフからの相談に年中無休で対応するサポート体制などを設けています。

そのほか、日々スタッフから寄せられる意見や要望に基づき、ドコモショップをはじめとするフロント業務の諸課題について継続的な改善を実施しています。



ドコモショップに対するサポート部門

#### サービスの質の向上をめざして 店舗スタッフの教育研修体制を整備

ドコモショップなど販売店スタッフの応対力や製品・サービス知識の向上を図ることにより、サービスの質を高め、お客様に安心・信頼してご利用いただけるよう、新人スタッフ向けの研修や店長を対象とした研修、応対スキルアップ研修などさまざまな教育研修を定期的実施しています。

2009年度は、全国のドコモショップでスキル資格・主要研修の制度や内容の統一を図り、すべてのドコモショップにおいて質の高いお客様対応を実現できるよう、体制の強化を図っていきます。



店舗スタッフ研修

## お取引先とともに

### サプライヤーとのコミュニケーションとCSR調達を推進

サプライヤーに対する責任を「国内外のサプライヤーに対しオープンかつ公正に、競争機会を提供すること」と認識し、これを調達における基本方針としています。

また、サプライヤーとの公正・公平な関係を維持するために交流会などを通じて対話を図り、サプライヤーとドコモが互いに要望や提案を交わし、よりよい関係を構築するよう努めています。

さらに2008年度は、2009年度からCSR調達を実施するために、「NTTドコモCSR調達ガイドライン」の作成に着手しました。今後は、このガイドラインに基づき、サプライヤーとともに、人権の配慮や労働慣行の順守、安全衛生の確保、環境保全の推進、公正取引の徹底、製品品質・安全の確保、情報セキュリティの確保、社会貢献の推進などを含むCSR調達に取り組んでいきます。

参照ウェブ <http://www.nttdocomo.co.jp/corporate/disclosure/procure/>

### 基地局設置現場の安全対策を推進

労働安全の取組みの一環として、基地局の設置を委託している通信建設会社の作業員などを対象に、高所作業にともなう転落事故などの防止に努めています。

作業員向けの講習や説明会、労使合同での安全パトロールの実施、安全ポスターの掲示などを通じて、安全への注意喚起と意識向上を図っています。

2008年度は、高所作業技能向上研修を2回実施し、14社、38名の作業員が参加しました。また、作業員に配布している安全マニュアルを改定しました。

### 携帯電話端末の開発を効率化する共通ソフトウェアを提供

2008年4月、携帯電話端末用の共通ソフトウェア「FOMA端末用オペレータパック」(以下オペレータパック)の開発

に着手しました。

オペレータパックは、「iモード」などドコモの独自サービスに対応したアプリケーションソフトウェアと、グローバルで利用される共通ソフトウェアプラットフォームをセットにしたものです。

これを用いることで、携帯電話メーカーは、アプリケーションソフトウェアを独自に開発する必要がなくなるため、開発コストを大幅に削減することができます。また、新たな携帯電話メーカーも「FOMA」の開発に参加しやすくなります。さらに、グローバルに利用できる共通ソフトウェアプラットフォームであることから、グローバルに販売可能な携帯電話の開発が比較的容易になり、国内携帯電話メーカーの海外進出を促進することが期待されています。

2009年後半から順次このソフトウェアを携帯電話に搭載していくために、携帯電話メーカー各社にオペレータパックの利用を推奨しています。

### コンテンツ・プロバイダーの協力のもと安心・安全なコンテンツを提供

お客様に安心・安全なコンテンツを提供していくためには、各種コンテンツを開発するコンテンツ・プロバイダーの協力が不可欠です。

そのため、公正な基準によってコンテンツ・プロバイダーを選定するとともに、「iモード」のポータルサイト「iメニュー」へのコンテンツ掲載における独自の方針や倫理綱領を設けています。また、「iモード」サイトを提供する上で必要となる技術的な仕様をプロバイダー専用サイトに公開し、支援を行っています。

#### 今後の取組み

- ドコモショップのスタッフのスキル資格や研修制度・内容を全国で統一
- サプライヤーとの連携によるCSR調達ガイドラインの運用を開始

# 健全かつ透明性の高い企業経営

## コーポレート・ガバナンス体制

### 取締役・監査役制度と執行役員制度で経営の迅速性、透明性、健全性を確保

経営のスピード向上と監査・統制機能の強化を両立するガバナンス体制を構築するとともに、ステークホルダーとのコミュニケーションを強化し、経営の迅速性、透明性、健全性の確保に取り組んでいます。

具体的には、取締役・監査役制度を採用して、取締役が重要事項を決定し、業務執行者を兼務する取締役が相互監視を、社外監査役を含む監査役が経営監査を行う体制を構築しています。また、業務執行機能の強化と経営監督機能の充実を図ることを目的として、執行役員制度を導入し、あわせて、取締役会の業務執行権限の一部を代表取締役や執行役員などへ委譲することで、機動的な業務執行を可能としています。

さらに、取締役の半数以上が執行役員を兼務することで、業務執行における取締役相互の監視機能を有効に働かせ、経営監督機能の充実を図っています。

### アドバイザリーボードを設置し、意見や提案を事業活動に反映

各界の有識者で構成されるアドバイザリーボードを設置するとともに、海外の有識者からグローバルな視点でのアドバイスをいただく場として「米国アドバイザリーボード」を設置し、ドコモが抱える経営課題などに関するボードメンバーからの客観的な意見・提案を事業運営に反映させています。

なお、多種多様なアドバイスをいただけるよう、ボード

メンバーは財界や学界、論壇・ジャーナリズムなどの幅広い分野からお招きしています。

### 内部統制システムの改善をめざし 検証・評価を定期的実施

取締役会で決議した「内部統制システムの整備に関する基本方針」に基づき、「内部統制委員会」が中心となって法令などの順守や、業務の有効性・効率性、財務報告の信頼性を確保するための体制を整備するとともに、その有効性を定期的に評価し、必要に応じて改善を図っています。

また、監査部が独立した立場で、各組織の業務遂行の状況を客観的に検証・評価し、内部統制の改善に向けたモニタリングを実施しています。

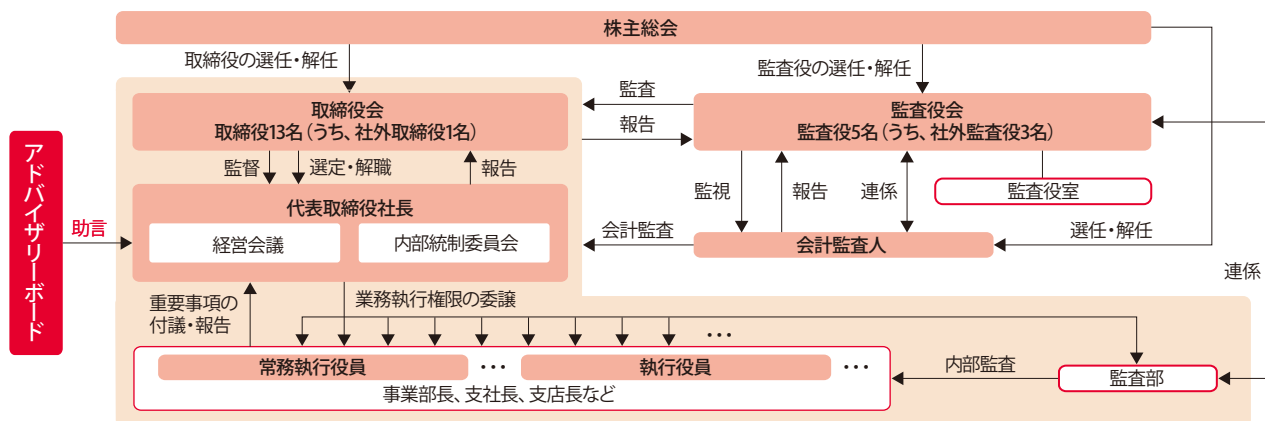
## コンプライアンス

### 「NTTドコモグループ倫理方針」に基づき コンプライアンスを徹底

コンプライアンスを経営の重要な根幹をなすものと認識し、法令や倫理の順守、情報開示による経営の透明性確保、公正・透明・自由な競争と取引の推進、社員の人権の尊重など10ヶ条からなる「NTTドコモグループ倫理方針」を定めています。

また、同方針に基づき、グループ各社で社員が活動を進める上での具体的な基準となる「コンプライアンス管理規程」を制定。社内のウェブサイトで公開するなどして、すべての役員・社員にその周知・徹底を図りコンプライアンスに則った企業行動の実践に努めています。

## コーポレート・ガバナンス体制



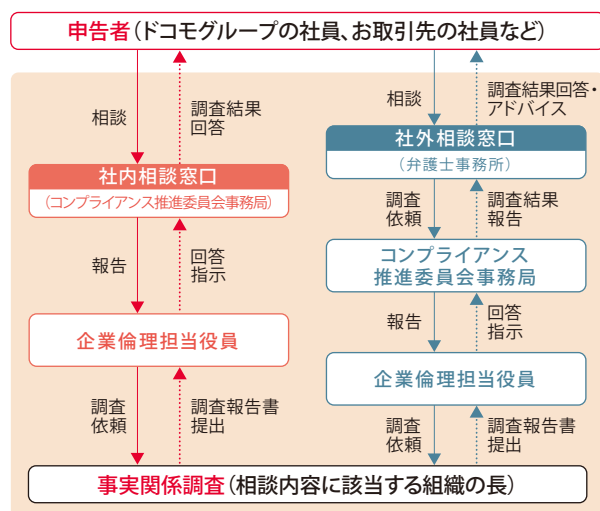


## 経営トップが中心となって コンプライアンス体制を推進

代表取締役社長を委員長とする「コンプライアンス推進委員会」を設置し、「NTTドコモグループ倫理方針」の理解・浸透および倫理法令順守に関する取組み事項の決定、倫理法令順守マネジメントシステムの運用・改善に関する事項の決定、倫理法令順守のための取組み状況および活動状況の把握に取り組んでいます。

また、コンプライアンス問題の未然防止や早期発見を図るために、「コンプライアンス相談窓口」を社内外に設けています。相談の受付にあたっては、相談者のプライバシーを保護するとともに、不利益が生じないよう配慮しながら事実関係を調査。調査の結果、不正や不祥事などが明らかになった場合は、すみやかに経営幹部に報告し、必要な措置や再発防止策を講じています。

### 「コンプライアンス相談窓口」の対応プロセス



## リスクマネジメント

### 「リスクマネジメント規程」に基づき リスク対策を継続的に実施

ビジネスリスクの早期発見と対処を基本方針としてリスクマネジメントの強化に取り組んでいます。

具体的には、「リスクマネジメント規程」に基づき、ビ

ネスリスクを定期的に洗い出し、「内部統制委員会」において全社横断的な管理を要するリスクを特定するとともに、特定したリスクについての管理方針を決定しています。その方針に沿って、リスクが現実化しないよう適切な未然防止策を講じるとともに、発生時には迅速に対処するよう努めています。

## 事業継続計画

### 災害発生時における事業の継続と 早期復旧をめざし事業継続計画を策定

災害の発生時に通信ネットワークを確保することは通信事業者としての重要な責任です。

ドコモでは、そうしたさいにも事業を継続し、また継続できなかった場合にも短期間で復旧させられるよう、全社的な「事業継続計画（BCP）運用マニュアル」と「事業継続計画ガイドライン」を策定しています。

これらのマニュアルやガイドラインでは、事業の推進を支えている社員の安全確保を最優先事項としており、シミュレーショントレーニングや安否確認訓練などを定期的に行っているほか、家庭における防災対策を社員に呼び掛けています。また、各組織においては、このマニュアルやガイドラインに沿って具体的な計画を立案し、全社的な事業の継続と早期復旧に取り組んでいます。

### 新型インフルエンザ発生時における 通信ネットワークの維持

H5N1新型インフルエンザの感染拡大に備え、通信ネットワークおよびお客様サービスの維持、ならびに社員への感染影響の最小化を基本方針とした行動計画を策定し、予防のための対策物品（うがい薬・マスクなど）の配備、社員向けには感染防止対策などをまとめた冊子の配布などを行ってきました。

2009年4月にH1N1新型インフルエンザが発生したさいには、緊急対策本部を設置し、手洗い、うがい、マスク着用の励行、国内外の出張や会議・研修の制限など社員への感染防止策を実施し、通信ネットワークの維持に努めました。

**WEB** ウェブサイトでは下記の項目も報告しています。

- 研修を通じたコンプライアンス意識の向上
- コンプライアンス・人権に関する意識調査
- 情報セキュリティの徹底
- 情報システム安定稼働
- 「モード」センターの安定稼働
- 安否確認訓練の実施
- 株主の皆様への利益還元
- 適時・適切な情報開示
- 「株主・投資家情報」サイトに対する評価

## 第三者意見



株式会社大和総研  
経営戦略研究部長  
河川 真理子 様

1986年に一橋大学大学院修士課程修了。同年大和証券入社。1994年に大和総研に転籍。企業調査などを経て現職。研究テーマは社会的責任投資、企業の社会的責任。著書に「SRI社会的責任投資入門」(共著)、「CSR経営」(共著)など。東京都環境審議会委員、青山学院大学非常勤講師。

本報告書に第三者意見を寄せるのは今年で2回目になりますが、やはり、とても生真面目な会社の生真面目な報告書という印象は、昨年と同じです。昨年との違いは、今年はCSRというよりビジネスレポートに近づいたようにも思えることです。

トップコミットメントにおいて、昨年10月に策定した中長期経営計画「変革とチャレンジ」の重要な柱としてCSRの推進を掲げ、CSRを経営の根幹に据えたことが報告されており、それはこの姿勢を反映したものでしょう。携帯電話は過去10年ほどで、現在社会で最も重要な社会インフラに成長を遂げ、そして日々進化している領域です。そしてケータイは社会の様々なステークホルダーとのかかわりの中で日々新たな社会現象や問題を発現させています。そういう社会とのかかわりの中で、地球環境問題、ユニバーサルデザイン、安心安全なモバイル社会、災害発生を4つのCSRの柱として、それぞれステークホルダーと連携しながら、CSR活動を行う姿

勢は好感が持てます。特に安心・安全、災害に関するきめ細かな活動は、携帯業界トップならではの取り組みです。

地球温暖化問題は、最近の異常気象の激化などからも、まさにその緊急性が肌で感じられるようになっていきます。山田社長が「ICTサービスで削減される環境負荷量から、ICTで使用する環境負荷をマイナスした「環境貢献量」の2010年目標を530万t-CO<sub>2</sub>と明言されていることは、日本を代表するリーディング企業として評価できます。ただし、具体的な環境活動のページに具体的なデータやその計算方法の説明がないことは残念です。また、CO<sub>2</sub>排出量に関しては2010年目標数字はありますが、現在国際社会のコンセンサスは、2050年に先進国で8割から9割削減であり、現在、ポスト京都目標として2020年までの中期目標が議論されています。是非とも早急に独自の中期目標を策定し、ICTで今後の日本の温暖化対策をリードするという姿勢を明示されるよう期待します。

なお、今回はWeb版に対する意見なので気になった点としては、量が膨大なこともあり、ドコモがCSRとして何を考えてどのような伝えたいのかという点がわかりづらいことがあります。また冊子の要約版にもいえることですが、ドコモに社会が期待している存在意義とは、現在社会を大きく変容進化させてきた携帯電話の社会的意義と、それがもたらす様々な問題の全体像を描き、業界のリーダーとして、将来にわたりどのように社会変革の流れを作っていくのか、という長期ビジョンの提示です。そして、そのビジョンを社会に訴えかけ、ステークホルダーと様々なコミュニケーションを図りながら、より良い社会作りに貢献することこそが最重要のCSRであるということを、最後に付記いたします。

### ドコモからの回答

2009年は、「NTTドコモCSRメッセージ」の4つの分野「一人ひとりに」「安定した品質で」「安心・安全を実現して」「地球環境を守りながら」に沿った構成とし、特集を設けることで、読者の印象に残りやすい報告書となるよう配慮し、ドコモの思いが伝わりやすい報告書をめざしました。

今回、河川様からは「業界のリーダーとして、将来にわたりどのように社会変革の流れをつくっていくのか、という長期ビジョンが必要である」とご指摘いただきました。ドコモでは、「新たな成長を目指したドコモの変革とチャレンジ」にて「CSRの推進」を掲げて取組みを進めておりますが、社会への影響力が拡大し続ける状況を踏まえて、あらためて長期的な視点で、携帯電話の社会的意義とそれらがもたらす問題とを考え、お客様をはじめとするさまざまなステークホルダーと連携を図りながら、よりよい社会への変革の流れをつくるよう努力してまいります。



代表取締役副社長  
松井 浩

## 第三者評価 (2009年9月1日現在)

- 「Dow Jones Sustainability Index (DJSI)」のアジア・太平洋版である「DJSI Asia Pacific」の構成銘柄として採用されています。
- モーニングスター(株)の社会的責任投資株価指数である「MS-SRI」の構成銘柄に採用されています。
- 英国のFTSE社が作成する社会的責任投資指標「FTSE4Good Index」の構成銘柄に採用されています。
- ドイツのイーコム・リサーチ社による企業責任の格付けで、Telecommunications業界のリーダーの1社として「Prime」の認定を受けています。
- 米国のイノベスト社が選定する「世界で最も持続可能な100社」(Global 100)に5年連続で選出されています。

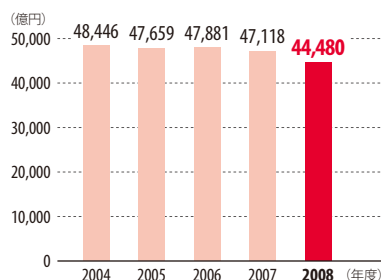
# 業績概況

## 2008年度の経営成績

2008年度は、「新ドコモ宣言」を契機にコーポレートブランドを一新するとともに、地域ドコモ8社を吸収合併し事業の効率化を進めました。また、中期的な経営の方針として「新たな成長を目指したドコモの変革とチャレンジ」を策定、お客様視点での見直しを実施し、お客様満足度向上に努めました。加えて、市場環境の変化に対応するため、前年度に導入した新たな割引サービスや新販売モデルなど、新たなビジネスモデルの定着に引き続き取り組み、これらの取り組みにより携帯電話サービスの解約率は前年度を大きく下回りました。

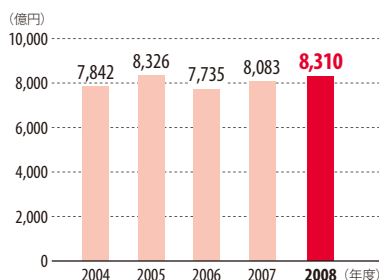
この結果、新たな割引サービスの普及の影響などにより、営業収益は前年度に比べ2,638億円減の4兆4,480億円となったものの、携帯電話販売数の減少にともなう端末調達費の減少などにより、営業利益は226億円増の8,310億円となりました。また、当期純利益は4,719億円となりました。

### 営業収益(売上高)



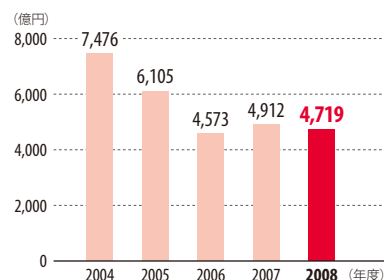
2008年度の営業収益は、前年度比5.6%減の4兆4,480億円となりました。

### 営業利益



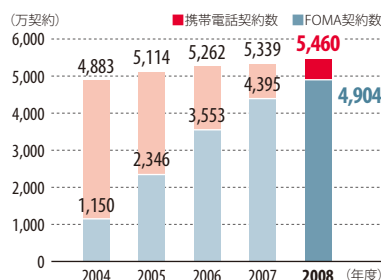
2008年度の営業利益は、前年度比2.8%増の8,310億円となりました。

### 当期純利益



2008年度の当期純利益は、前年度比3.9%減の4,719億円となりました。

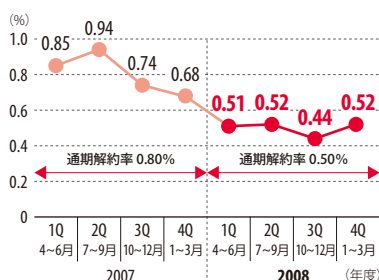
### 携帯電話契約数(FOMA+mova)



2008年度末、携帯電話契約数が前年度比2.3%増の5,460万契約、FOMA契約数が前年度比11.6%増の4,904万契約となりました。

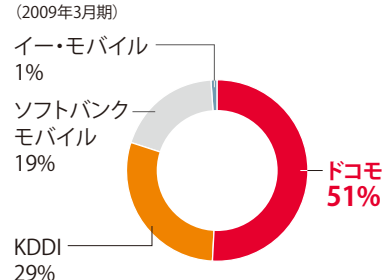
※ ドコモの連結決算は、米国会計基準に基づいて作成しています。

### 携帯電話解約率



2008年度第4四半期の解約率は、前年度比0.16ポイント減の0.52%となりました。

### 携帯電話市場におけるシェア



上記の数値はあくまで主要4社の契約数(TCA公表ベース)に基づく計算結果です。

## ステークホルダーとの経済的関係

ドコモは、さまざまなステークホルダーの皆様との関わりの中かで、事業活動を行っています。ドコモの事業活動とステークホルダーの皆様との経済的関わりは、右記の表のようになっています。

ステークホルダー別経費等内訳(億円)		試算方法
政府・行政	3,471	営業費用中の「租税公費」と「法人税等」
社員	2,541	営業費用中の「人件費」
株主	2,038	「現金配当支払額」
お取引先(調達先)	24,503	営業費用中の「経費」と「通信設備使用料」

※ 数字は、客観性を確保するため、連結財務諸表の数字をベースにしています。2008年度の1株あたりの配当金は年間4,800円です。財務報告で公表された数値をベースにしています。実際に支払った数値とは若干の誤差がある可能性があります。





お問い合わせ先

株式会社NTTドコモ 社会環境推進部

〒100-6150

東京都千代田区永田町2丁目11番1号 山王パークタワー

TEL : 03-5156-1111

FAX : 03-5156-0301

E-mail : [csr@nttdocomo.co.jp](mailto:csr@nttdocomo.co.jp)

CSR報告書ウェブサイト

<http://www.nttdocomo.co.jp/corporate/csr/report/>



つなぐ。それは、ECO



お客様向けリーフレットなどを回収した「循環再生紙」を使用しています。



有害な廃液を出さない「水なし印刷方式」を採用しています。



大豆油インキで印刷しています。



印刷のグリーン購入に取り組みんでいます